OUR OPINIONS!

平成14年7月1日発行第9巻第7号通巻70号
http://www.microgroup.co.jp/

隔月刊

ゲーム批評



XBOX 巻頭特集 玉砕の理由

2002 7月号
定価 780YEN

続報 エンターブレインの正論なき主張

『ゲーム批評』の編集方針

ゲームを批評するとは、どういうことなのでしょう。
今日のゲーム雑誌の多くは、メーカーとの結びつきから、
ゲームソフトを公正に表現することが難しい状況にあります。
私たちは「ゲーム批評」の発刊にあたって以下の指針を定めました。

・各メーカーとの距離を公正に保ち、『ちょうちん記事』に類する原稿は掲載しない。

・ゲームソフトには商品（企業力が評価を左右する）と作品（制作者の優劣が評価を決める）の二面性があり、共に尊重するが、商品よりも作品としての立場をより尊重する。

・批評の際にはソフトを終わらせ、制作者の意図を読みとる努力を前提とする。ゲームソフトを数時間プレイしただけで点数をつける、といったやり方は行わない。

・批評は、感想文でも中傷でもなく、建設的な考えのもとに行う。

・批評は、主観に負うものなので、ひとりよがりになりがちだが、広い視野を持ち作品の背景を把握する努力を行う。

・批評に取り上げるソフトは、編集部がなんらかの意義があると判断したものにする。

・評者および編集部は、ソフト批評に責任を持ち、事実誤認についてはすみやかにメーカー及びユーザーに謝罪する。だが、意見の相違については、納得いく回答が得られるまで意見を撤回しない。

上記の方針のすべてを完璧に実現するには、
私たちは力不足かもしれません。
しかし、ゲームという文化の健全な成長のために、
私たちは努力しています。
そのための「ゲーム批評」なのです。

ゲーム批評編集部

CONTENTS

隔月刊 **ゲーム批評** 2002 7月号 July

払込金受領証

口座番号	00120-2-123295
加入者名	株式会社 マイクロマガジン社
金額	4680円
※ご依頼人	
料金	
特殊取扱	

受付局日附印

記載事項を訂正した場合は、その箇所に訂正印を押してください。

切り取らないで郵便局にお出しください。

02 東京 払込取扱票

口座番号	00120-2-123295
通常払込料金加入者負担	
金額	4680円
加入者名	株式会社 マイクロマガジン社
料金	
特殊取扱	

定期購読誌名 ゲーム批評 ※新規・継続 購読期間 月号より1年間 送金額 4,680円（送料当社負担）

通信欄 送付先御住所 □□□-□□□□ フリガナ

年齢 才 電話 TEL

ご依頼人 ※（郵便番号） フリガナ （e-mail：）（電話番号）

受付局日附印

裏面の注意事項をお読みください。（郵政事業庁）（私製承認 東第39624号）

これより下部には何も記入しないでください。

各票の※印欄は、ご依頼人において記載してください。

キリトリ線

『ゲーム批評』の編集方針

この受領証は、郵便局で機械処理をした場合は郵便振替の払込みの証拠となるものですから大切に保存してください。

ご注意
この払込書は、機械で処理しますので、本票を汚したり、折り曲げたりしないでください。
（郵政事業庁）

この払込取扱票の裏面には、何も記載しないでください。

キリトリ線

CONTENTS

隔月刊 **ゲーム批評** 2002 7月号 July

※「悪趣味ゲーム紀行」と「げーれき2002」は都合によりお休みさせていただきます。

ハード略称

PS1‥プレイステーション1
PS2‥プレイステーション2
SS‥‥セガサターン
DC‥‥ドリームキャスト
N64‥ニンテンドウ64
GC‥‥ゲームキューブ
SFC‥スーパーファミコン
GB‥‥ゲームボーイ
WS‥‥ワンダースワン
NGP‥ネオジオポケット
Win‥‥ウィンドウズ
AC‥‥アーケード

ジャンル略称

RPG‥‥ロールプレイングゲーム
ARPG‥アクションRPG
SRPG‥シミュレーションRPG
SLG‥‥シミュレーションゲーム
AVG‥‥アドベンチャーゲーム
STG‥‥シューティングゲーム
3DSTG‥3Dシューティング
ACG‥‥アクションゲーム
格闘ACG‥格闘ゲーム
RCG‥‥レースゲーム
TBG‥‥テーブルゲーム
SPG‥‥スポーツゲーム
PZG‥‥パズルゲーム
ETC‥‥その他

ナムコと任天堂の業務提携 両社が本当に手に入れたかったもの

両社がそれぞれ提供し得るものを全部出してきたようにも見える業務提携。その意図はどこにあるのか。

トライフォースの力がメーカーとメーカーを結ぶ。

3月のセガとの業務提携に続き、任天堂は5月8日、ナムコとの業務提携を発表。ナムコ・任天堂合同の記者会見を行った。

提携の具体的な内容としては、

1、ナムコの主力タイトルをGCプラットフォームで発売する。

2、任天堂の『スターフォックス』シリーズの最新作を共同で開発、2003年4月に発売する。

3、ナムコが開発するGCおよびGBAのソフトを日本国内で、任天堂が販売する。

の以上3点が挙げられた。

注目すべきは2の『スターフォックス（仮題）』の共同開発で、ナムコの人気シリーズ『AC』シリーズチームが制作を担当する。これは、アミューズメントヴィジョンが制作する『F-ZERO』最新作に引き続いての任天堂人気シリーズの外部作品となるが、「今後もサードパーティに頼っていく可能性はあるのか」との問いに、任天堂・宮本茂氏は、「品質を保って、楽しみながらやっていける人・メーカーであるなら一緒にやっていきたい」と語った。



任天堂・宮本茂氏は「ナムコへ行こうと考えた時期もあった」というリップサービスも忘れなかった。

同タイトルは、業務用グラフィックボード「トライフォース」への展開を検討中とのことで、アーケードではナムコの大型筐体「O.R.B.S」で稼動することも充分に考えられる。任天堂・セガ・ナムコという「トライフォース」3つの頂点がいよいよ動き始めたのだ。

また、本年10月よりナムコ開発のGC・GBAソフトを任天堂が販売する点については、ナムコより任天堂に依頼するという形で実現されたという。これによりナムコは販売ルートを確保すると共に、すべてのソフトがマリオクラブを通されることで、行き届いたバグのチェックが行えることや任天堂が培ってきたゲーム操作感をソフトに反映できるという大きなメリットを得た。またこれは低年齢のゲームユーザーと取りこんでいこうとする同社の方針と合致するものでもある。

会見場では「（提携による）ナムコのメリットは分かるが任天堂のメリットは？」という声も聞かれたが、任天堂にはアーケードゲームと密接に結びつくことで、GCプラットフォームを磐石のものとしようとする意図があると考えられる。

PROFILE

編集部

カプコンもコナミもいなくなったアーケードに、任天堂が興味を示すという形になりました。どのメーカーの判断が正しいのかよりも、どのメーカーがこれから何をやるのかという点が気になるところです。

Topics

開発者が作る業界団体 IGDA東京が始動!!

開発者レベルから業界の今後を考える異色の団体IGDA。その東京支部がこの春、いよいよ動き出した……。

16年前、サンフランシスコ周辺で十数名のゲーム開発者が業界の状況と未来について考える会合を行った。これがInternational Game Developers Assciation（以下、IGDA：国際ゲーム開発者協会）の前身となる会合であった。

毎年世界中のゲーム開発者が集まる「Game Developers Conference（以下、GDC）」というイベントがある。PC、コンシューマ等プラットフォームを問わず、企画、プログラム、サウンドなど、あらゆる職種の開発者が仕事で得た成果を発表したり、他のメーカー他の国の開発者と意見交換を行うのである。このGDCの発展を支えてきたのがIGDAである。

そのIGDAの東京支部が、2002年4月27日ついに動き始めた。ノンフィクションライター新清士氏の呼びかけにより、第1回IGDA東京の会合が開かれたのである。業界団体としてはすでにCESAがあるが、IGDAがそういった組織と違うのは開発者個人が企業に縛られず、情報を交換するための世界的な組織という点である。世界主要都市36ヶ所に地方支部を持ち、ネット上でも活発な議論が行われている。IGDAは「ゲームの発展」に協力する組織であり、GDCだけでなく、北米のE3やSIGGRAPH、欧州のECTSといったイベントに合わせて、開発者向けのイベントを開催している。昨年、韓国と台湾でも地方支部が設立されている。今まで日本での活動が行われてこなかったのが不思議なくらいだ。

都内に用意された会場には、新氏の予想を上回る40名以上のゲーム関係者が集まった。この会には「ゲーム会社で開発や販売に従事している」「ゲーム関連のプレス」、「将来ゲーム会社で働くことを検討している学生」のいずれかに該当する人間であれば、誰でも参加することができる。会場では名札代わりに、名刺を胸につけることになっているが、メーカーを明かせない場合等は名前と職種を書いた紙を使っても構わない。

内容としては、まず新氏自身が3月に米国で開催された「GDC2001」「同2002」に参加した数少ない日本人プレスとして、取材した内容や印象についての報告を行った。国内ではほとんど報道されていない情報もあり、参加者にとって新鮮な内容であった。

その後は参加者によるディスカッションとなり、IDGA東京として、今後の方針・活動内容について意見交換がされた。メーカーで働く人、フリー、経営者など各々の立場からの発言があった。

全体としては、それぞれが持つ情報をどの段階までどういったルールのもとに公開するのかなど、今後議論されるべき課題は多いという印象を受けた。だが同時に、国内で初めてメーカー主体ではなく、開発者の側からコミュニティを成立させようという動きは実に興味深いものであった。

PROFILE

編集部

初回だとは思えないほど質問・意見が飛び交い、かなりアツい3時間となりました。他社のゲームプレスの方もぜひ会場でお会いしましょう。公式サイトはhttp://www.igdconf.com/tokyochapter/

ゲーム業界速報・特別編

襲い来る規制の波 ゲームの表現は変わってしまうのか!?

オタクカルチャーを崩壊に追い込む可能性を持った改正ポルノ禁止法案の登場まで、残り半年

「絵」のエッチ表現を禁止する改正法案

12月のコミケは、全体がピリピリとした雰囲気の中、盛り上がりを欠いたものになるか、もしくは、最後のお祭りといえるのもになってしまうかもしれない。

というのも、'99年5月に可決、同年11月から施行された「児童買春・児童ポルノ禁止法案」の見直し時期が、今年の11月と近づきつつあるからだ。この法律は、日本での18歳未満の「児童」を対象とした買春行為、ロリータ関連の商品の販売などを犯罪であると規定した法律だ。'96年にストックホルムで行われた「児童の商業的搾取に反対する世界会議」の中で、日本では取り組みが不十分であることが指摘され、それを受ける形で法案が作られた。

「援助交際」は犯罪と規定され、現在まで摘発が続いている。また、写真やビデオといった生きた人間を描写しているものを対象としている物は、児童に対しての性的虐待が明かなため、刑事罰の対象となってきた。

当時、メディアとして大きな影響を受けたのが、成人向けの雑誌や18禁ビデオである。18歳未満の児童を撮影したビデオは、性行為が行われていなくとも、中古を含め販売は禁止された。成人向け雑誌では、ブルマーなどを使った児童をすぐに連想させるような写真の掲載は中止されるようになっている。ただ「絵」については、実在する児童を特定可能な程度にリアルに描写した物以外は、規制の対象物とはしていなかった。

しかし、5月10日に、日本政府は国連本部で行われた「子ども特別総会」で、買春やポルノを禁じた「児童売買・買春・ポルノ」の選択議定書に署名した。ともに'90年に発行した「児童の権利条約」に付随するために、国内法の整備が求められてくることになる。その内容は、児童ポルノの所持やアニメやマンガのポルノも全面的に禁じている内容だ。また、現在規制の存在しないインターネット上の画像も規制の対象となる。

これを受けて、11月までに行われる改正では、「絵」もその範囲に含まれるものに、改正されるのは確定的な状況になった。

当然、法律の発行後には、成人向けのアニメやマンガは、新品中古品関係なく規制対象となる。当

然、一般的なマンガの内容だけでなく、日本で独特の発達をしてきた、18禁ゲームや同人誌の世界は大きな影響を受けることが予想される。

コミケ会場での成人向けのマンガや同人ゲームの販売は、コミックマーケット準備委員会により完全に自主規制が行われるか、警察による取締りが行われるという可能性も出てきている。また、全国に展開している「とらのあな」や、「メッセサンオー」といった成人向け同人誌を取り扱っている小売店も、商品の陳列を中止に追い込まれることになる。

さらに、改正後はそういった「ポルノ」と規定されているものを保有している個人も、刑事罰の対象となりうる。

日本の18禁ゲームや、成人向けコミックスといったマーケットは、他の諸外国には存在しない独特の特殊マーケットだ。ゲームといっても、いわゆるゲームの業界団体CESAには、18禁ゲームの大手メーカーでも加入できず、東京ゲームショウにも基本的に出展できない。コミケがここ数年、その代わりの企業ブースの出展スペースとして成り立ってきた。しかし、それも急速に難しくなるだろう。

18禁ゲームの世界は、コンピュータソフトウェア倫理機構と呼ばれる業界の自主規制団体が存在している。そこが各ソフトをチェックし、認定作業を行い「認定シール」をパッケージに貼ることによって、18禁ソフトが分かるようにすることで、18歳未満の児童の購入が行われないようにするという建前だ。マンガでも「成人向け」と表紙に記載して、注意を喚起することが一般的なルールとされている。これによって、各自治体が条例を制定することで行われる「有害図書」といった認定を避けることを可能にしてきた。現実には18歳未満の児童がそのようなものに触れることが可能な現実はあっても、完全な規制に追い込まれることを避けることができたからだ。しかし、表現そのものが禁止された場合には、これらの自主規制では対応できなくなる。



一番の影響を受けると思われる成人向けゲーム。しかし、通常のソフトにも影響してくるだろう。

日本のオタクから反応は現れるか？

改正に対して、クリエイターの側から反対の動きが始まっている。連絡網AMI（http://picnic.to/˜ami/）といったマンガ家を中心とした規制反対を唱える反対グループである。このグループは、'01年10月31日に新宿・ロフトプラスワンで行われた「エロマンガ is Dead or Alive2」というイベントをきっかけに設立。以後、メーリングリストや銀座での反対パレードといった活動や、昨年12月のコミケで40人以上の同人作家の著作による、AMI同人誌「児ポ法改悪問題2001」を発売を行うといったことで、反対アピールを続けている。一方で、18禁ゲーム業界からは目立った動きはまだ現れていない。

北米、欧州では、いわゆるギャルゲーという分野はまったく成立していない。仮にアメリカで発売が行われたとしても、女性の権利団体が女性差別として、猛烈な抗議の対象になると言われている。それだけでなく、法律そのものが厳しく、年齢に関係なくセーラー服といった、児童を連想させる服装をさせて登場させるだけで、犯罪として認定される可能性が高い。

はたして、日本が国際基準に合わせるために正しいことなのか、それとも、日本のオタクカルチャーの崩壊の危機なのか。改正ポルノ禁止法案が登場するのは、まだ今年後半。とはいえ、一度登場すれば「メディア規制3法案」のような関心もなく成立する可能性は非常に高い。「政治」に対して疎いといわれるオタク層がどの程度、この法案に関心を持つのかが問われる8月のコミケとなるだろう。

新　清士（しんきよし）：ゲーム業界を開発者の視点と、産業論の視点から追い回しているノンフィクションライター。http://www.jgdconf.com/sakugetu/

1分でわかる 今号のゲーム業界の動き

（2002年３月中旬～ 2002年５月中旬）

今号で扱った時期のゲーム業界の動きをウキウキウォッチング！

3月

20日　東京、大阪、名古屋のゲーム販売店店頭で『HALO』の試遊台を設置。

25日　セガとクールネットエンタテインメントが、Xbox向けソフトの共同開発で合意したことを発表。

29日　ナムコが５月１日に新組織・新人事が執行されることを発表。

29日　任天堂とセガがアーケードゲーム機とGCを連動したソフトの共同開発を発表。第１弾タイトルは『F−ZERO』シリーズとなる。

30日　セガ「Game Jam 2」開催。GC「ビーチスパイカーズ」やPS用「ミニモニ。シャカっとタンバリン！　だぴょん！」などを展示。ブースでは各イベントが開催された。

4月

1日　CESAが、暫定的にCESA加盟社の許諾した家庭用ゲームを複合カフェ店内における業務利用（上映）を日本複合カフェ協会（JCCA）に許諾。

1日　『鬼武者２』がミリオンを達成。①

3日　セガがGC用タイトル『バーチャファイタークエスト』の発売を発表。

5日　任天堂、韓国で『ポケモン』を発売。

9日　『HALO』が北米でミリオンを達成。

12日　『式神の城』がPS２で６月27日の発売が決定。

16日　東京ゲームショウの開催日が９月20～22日に決定。

19日　Xbox、欧州で値下げへ。

23日　GC欧州で値下げへ。

26日　中古ゲームソフトの販売を最高裁が容認。販売店側の勝訴が決定した。

①



前作に引き続き『鬼武者2』もミリオンを達成した。

5月

8日　デジキューブが「TSUTAYA」を運営するカルチュア・コンビニエンス・クラブ（CCC）と業務提携すると発表。

9日　任天堂とナムコがコンシューマゲームソフトの開発や販売で提携。任天堂ゲーム機のナムコブランドソフトの販売を任天堂に委託することになる。②

9日　バンダイがTFT液晶を採用した「ワンダースワンクリスタル」を７月12日発売することを発表。

②



任天堂とナムコの提携発表会には、宮本茂氏の姿も見られた

お詫び

いつも「ゲーム批評」をご愛読いただきまして誠にありがとうございます。

さて、前号の巻末に告知いたしました特集『PS3は完成していた?!』をご期待いただいていた読者の皆様には大変申し訳ございませんが、

現在のXboxの〝きりもみ状態での地面スレスレの超低空飛行っぷり〟を見るにつけまして、いつ落ちてもおかしくないとの判断をいたしました。

要するに、「今やらなかったら2度と注目してもらえないのでは?!」ということから今号の巻頭特集を『Xbox特集』へと差し替えさせていただきました。

『PS3は完成していた?!』をご期待いただきました読者諸兄の皆様がたに深くお詫びを申し上げます。

ゲーム批評編集部一同

玉砕の理由

発売後3ヶ月での終焉ムード。かつてここまで絶望的なゲームハードはあっただろうか。現在、生産がストップし、ある意味“終わってしまった”DCでさえ発売当初は活気があった。さらに遡ればセガサターンにしても発売直後は互角、一時はPSを凌ぐ勢いを見せていた。

状況証拠はいくつかある。PS2の築きあげた圧倒的な地位、それを切り崩すにはパワー不足であったロンチタイトル。コアなファン層を狙っているといいながらも的外れだったプロモーション。そしてなにより、割高感を感じさせる値段設定。どれを見ても悪影響を及ぼす要因である。

しかし、これらがすべてではなかったはずだ。

ではなぜ平成の“黒船”は沈没せざるを得なかったのか？　明治の時代とは変わって、日本の情報は行き渡っているはずである。情報も充分でユーザーの嗜好も判明している、だがXboxは失敗した、米国ではそこそこの実績を残しているにも拘わらず……その失敗の理由には“日本独特のなにか”があるのではないだろうか。

本特集では、“Xbox玉砕の理由”とともに“日本独特のなにか”をも考察していきたい。

Xbox

Xboxの“X”がバツに見える

『HALO』のCMの「やばいことになってきた」というフレーズに

“裏の意味”を感じてしかたない

そんな症状をお持ちの読者の皆様のお悩みを解決すべく、

ゲーム批評がXboxの白黒つけさせていただきます!!

「Xbox玉砕」

これ以上でもこれ以下でもございません！

Xboxのポジションを探る

どっちつかずのポジションを取られると辛いのは味方とサポーターです

ミスパスに大ブーイング?!

Xboxの敗因を調べるためには、まず現在置かれているポジションをはっきりさせていなければならないでしょう。

と、いう訳でまず図1です。これは、Xbox・GC・PS2がどのようなユーザーをメインのターゲットにしているかを編集部の独断でグラフ化してみました。見事にコアなゲーマで少々年齢の高いスペースにぽっかりと穴が空いていたようです。PS2やGCがこのスペースのユーザーは〝面白いゲームがあればだまっていても買ってくれる層〟ということでパブリシティに力をいれてなかったのかもしれませんが……。

なんいせよ、Xboxは広大なスペースを見つけた訳です。あとはキラーパスよろしくキラータイトルがあれば決定的なチャンスとなったでしょう。そのキラータイトル候補ですが、こちらも編集部の独断でXbox用の主要ソフトのポジションをグラフ化しました。

Xboxの位置

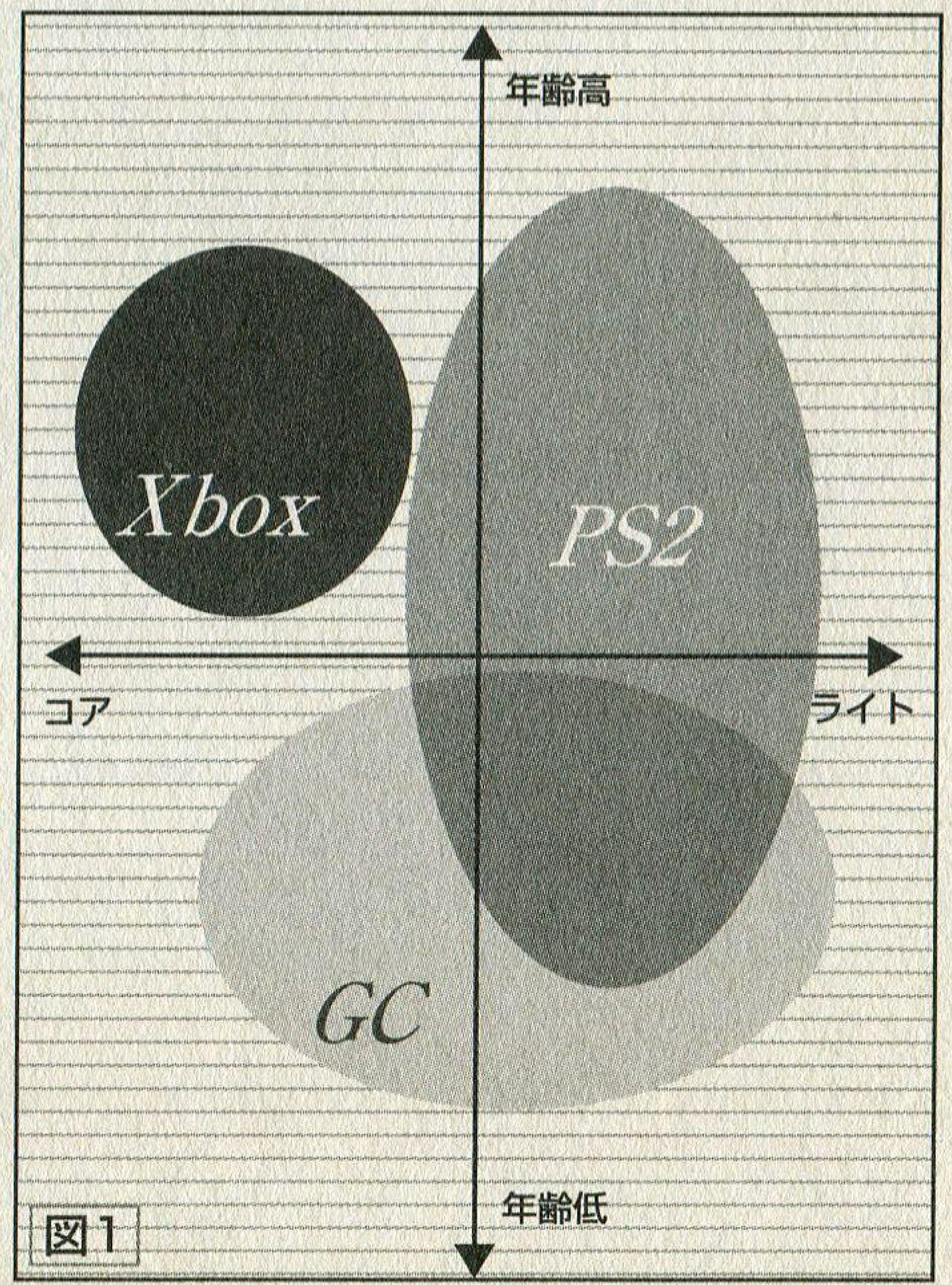


図1

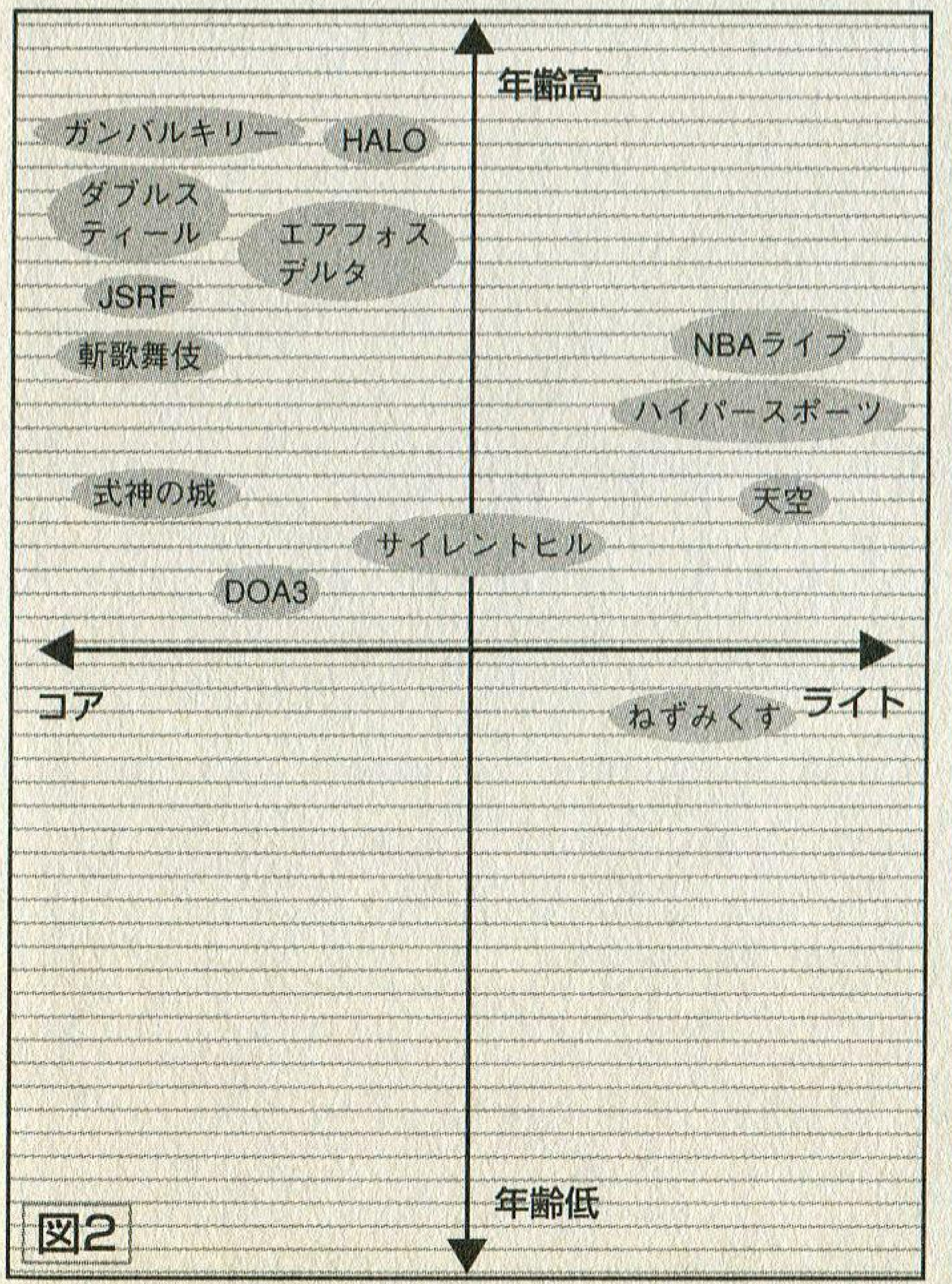


図2

図2がそのグラフですが、やはりコアで年齢層高めを狙ったタイトルが多く発売されています。しかし、キラーパスというには遠慮がちなパスでしょう。もっと鋭くて早いパスが欲しかったところです。しかも本来指令塔でなければならないマイクロソフトが『ねずみくす』のようなミスキックともとれるパスをだしているのも致命的です。これでは、試合を見ているサポーターが〝チーム（Xbox）がなにをしたいのか〟に疑問を持っても仕方ないです。

機能しないチームほど見ていて辛いものはない

ユーザーにとってのポジションは前述しました。それではメーカー間のポジションではXboxはどうなのでしょうか。それが図3です。セガ、コナミ、ナムコ、カプコンといった大手メーかはXbox・PS2・GC全てにソフトを供給していますが、その力の入れ具合には差があります。セガは『ジェットセットラジオフューチャー』や『ガンヴァルキリー』などをリリースしていますが、『バーチャファイター』や『サクラ大戦』のような主力ソフトはPS2、GCとは『F-ZERO』の共同開発などで強い連携を取っています。ナムコも同じです参入タイトルは決まっていても力を入れているのは他ハード……なにかXboxの立場がメガドライブとだぶります。ただし、メガドライブにはセガタイトルというファンタジスタがいましたからサポーターを魅了できましたが、マイクロソフトに〝それ〟を期待するのは難しいでしょう。サードパーティが懸命に動き回っても指令塔はなにを考えているのか分からない。見ているサポーターも「あそこにパスだすんじゃなかったのかよ!!」と困惑している。Xboxの現状はチームもサポーターもバラバラなサッカーチームみたいなものではないです。とりあえずはチームとして機能しないといけないのではないでしょうか？

主要ソフトメーカーの位置取りの印象度

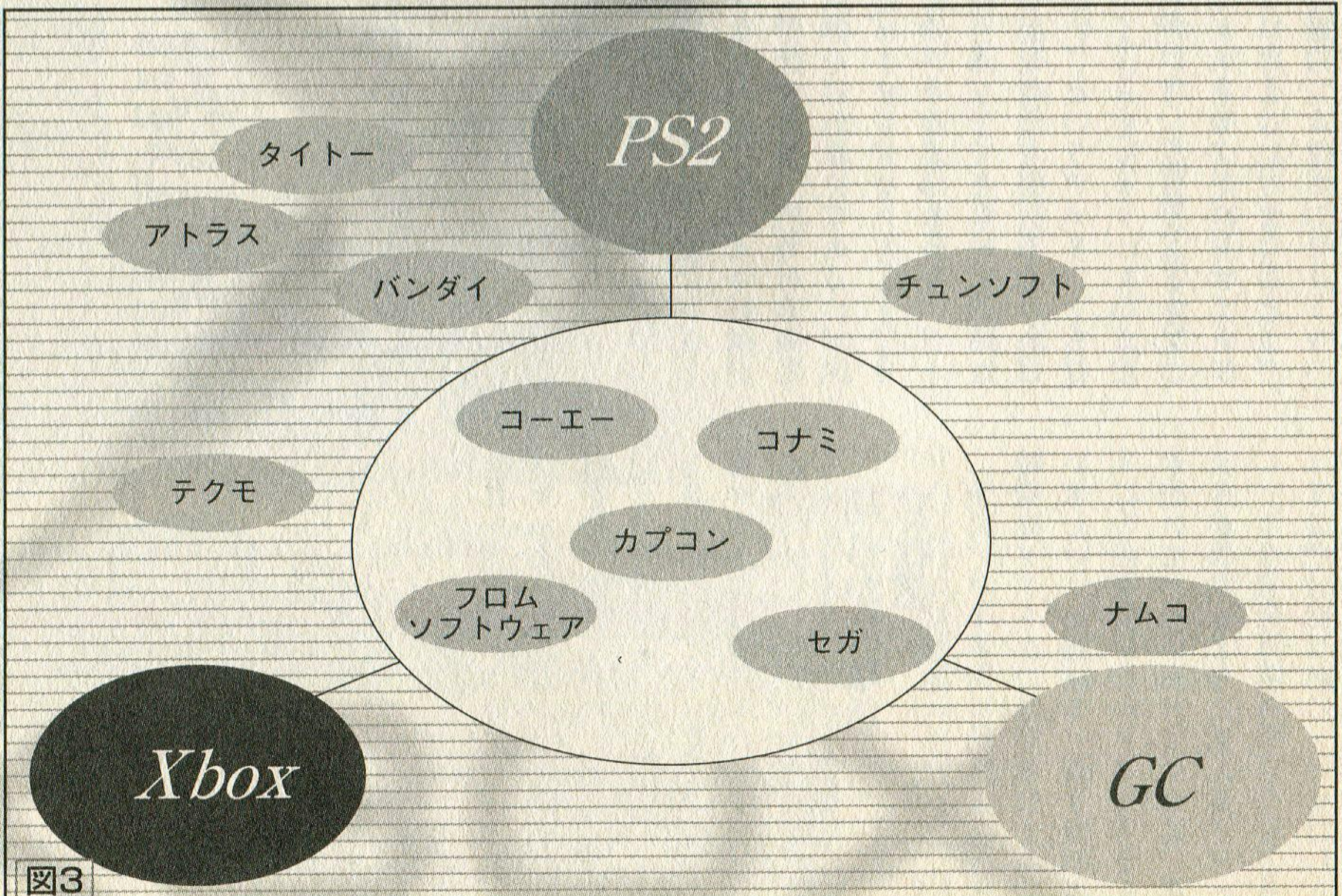


図3

Xboxはこんなにダメだった?!

～データに見る～

数字ほど客観的な視点はない。Xboxがはじき出した数字とはなにを物語っているのだろうか

数字の魔力

Xboxが絶不調なのは、すでに誰もが感じていることだろう。それにしても、この焦燥感はなんなのだろうか。発売前から〝売れる予感〟などはまったくなく、どちらかというと〝売れない予感〟の方が強かった。この〝売れない予感〟を醸し出した要因の数々の検証は後々のページに任せるとして、ここでは「数字」をもとにXboxの動きを見ていくとしよう。

勝負すべきポイントとは?

まずは価格である。ハードの初期発売当時の値段を比較するとDC：2万9800円、PS2：3万9800円、Xbox：3万4800円。意外なことに、初期販売の値段では、Xboxはことさら〝高い〟とさせるものではない。しかし、これを〝現在の〟という項目を付け足すとこうなる。DC：1万9900円（製造終了）、PS2：2万9800円、Xbox：3万4800円。確かに他のハードよりは高い。しかし、値段に見合う価値があれば問題はないのだが……。DC：インターネット接続、PS2：DVD再生、Xbox：インターネット接続・DVD再生・HDD

ゲーム機であるという一般的な基本を抜いたときの追加機能である。これを見ていただくとわかる通り、Xbox独特の機能はHDDのみである。ゲーム機でネットに接続したい人達はDCを購入し、DVD再生を求めた人達はPS2を購入している……そんな状況が容易に予想できる。残るHDDも記憶媒体を買わなくても良い、大容量のデータをダウンロードできるなどのメリットはあるが、データの持ち運びができない（運ぶためには記憶媒体を購入しなければならない）というデメリットも存在する。「メモリカード」という記憶媒体が根付いた背景を考えると、HDDが大きなアドバンテージになるとは思えない。となると〝ハードの魅力〟よりも〝タイトルの魅力〟での勝負となる。『バーチャファイター』というコアなファン層を持っていたDC、下位互換という切り札をもっていたPS2、それに比べるとXboxには核となるタイトルがなかったのではないだろうか。

明らかになる悲壮感

次に、ハードの初回販売数と同時発売タイトルの販売本数をみていきたい（P15表1・表2参照）。この数字だけをみると、Xboxが売れていないわけではなく、PS2が異常なように見える。しかし、DC発売当時は現在のXboxほどの悲壮感は感じさせてはいな

Xboxデータ集

初回販売台数（編集部調べ）		
ドリームキャスト	'98年11月22日発売	約160000台
プレイステーション2	'00年３月４日発売	約980000台
Xbox	'02年２月22日発売	約110000台

▲表１

本体同時発売タイトル1ヶ月の販売本数	
バーチャファイター3tb	約160000本
リッジレーサーＶ	約500000本
デッド・オア・アライブ3	約120000本

◀表２

かった。なぜか……その謎を解くカギは2ヶ月目の販売台数にある。

ＤＣ：約22万台、Ｘｂｏｘ：約５万台

ＤＣは製造過程の問題もあり、ハードの発売当初は充分に出まわっていなかった。潜在的に購入予定であったユーザーがいたことが分かる数字だ。それとは逆に、Ｘｂｏｘの販売台数は次の月には半減している。販売店には限定版モデルでさえ売れ残っていたという現実もあった。Ｘｂｏｘを購入しようと考えていた人たちがいかに少なかったかを表している。

本体同時発売タイトルも同様だ。『バーチャファイター３ｔｂ』（以下『ＶＦ３ｔｂ』）と『デッド・オア・アライブ３』（以下『ＤＯＡ３』）の数字は遠くないもののようではあるが、『ＶＦ３ｔｂ』は1年間の累計として約30万本を販売している。『ＤＯＡ３』が30万本まで累計販売本数を延ばせるかは甚だ疑問である。

ＰＳ２の売れ方は異常であり、ＤＣはセガというブランドに支えられ、Ｘｂｏｘでは何も生まれず何も残さなかった。Ｘｂｏｘの悲壮感はそこに起因しているのではないだろうか。

誰も望んでいなかったのか

では、Ｘｂｏｘの発売を望む者はいなかったのだろうか？

その答えはＮＯである。「ゲーム批評ｖｏｌ.39」においてサムシング吉松氏はこう語っている

「Ｘｂｏｘがイイ感じなんですよ。なにかメガドラの後継機のようで……今はこれ（Ｘｂｏｘ）をセガの新ハードとしてプレイしてみようかな」

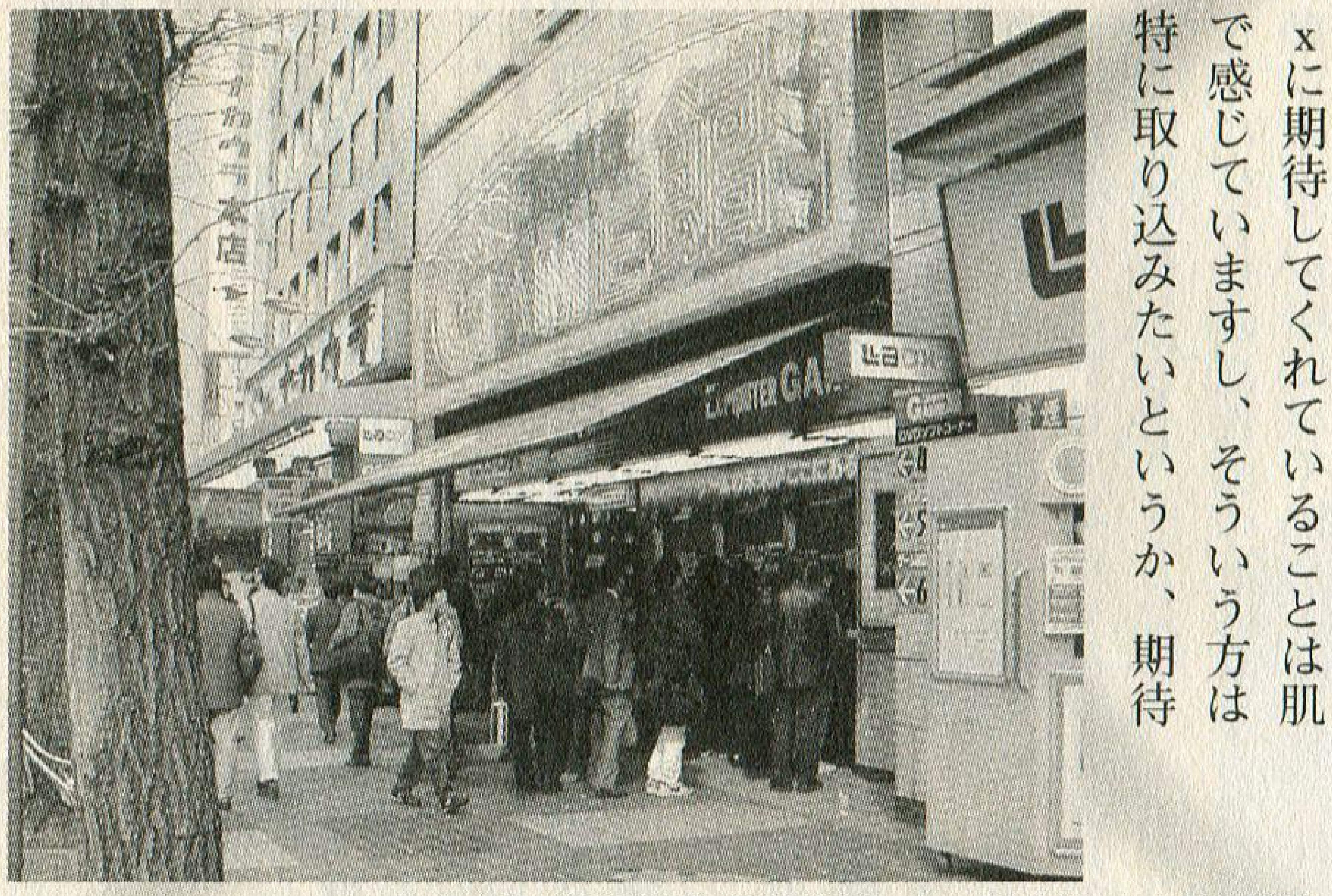
そして、「ゲーム批評ｖｏｌ.42」においてのＸｂｏｘ事業部広報宣伝部部長の本郷氏の言葉だ。

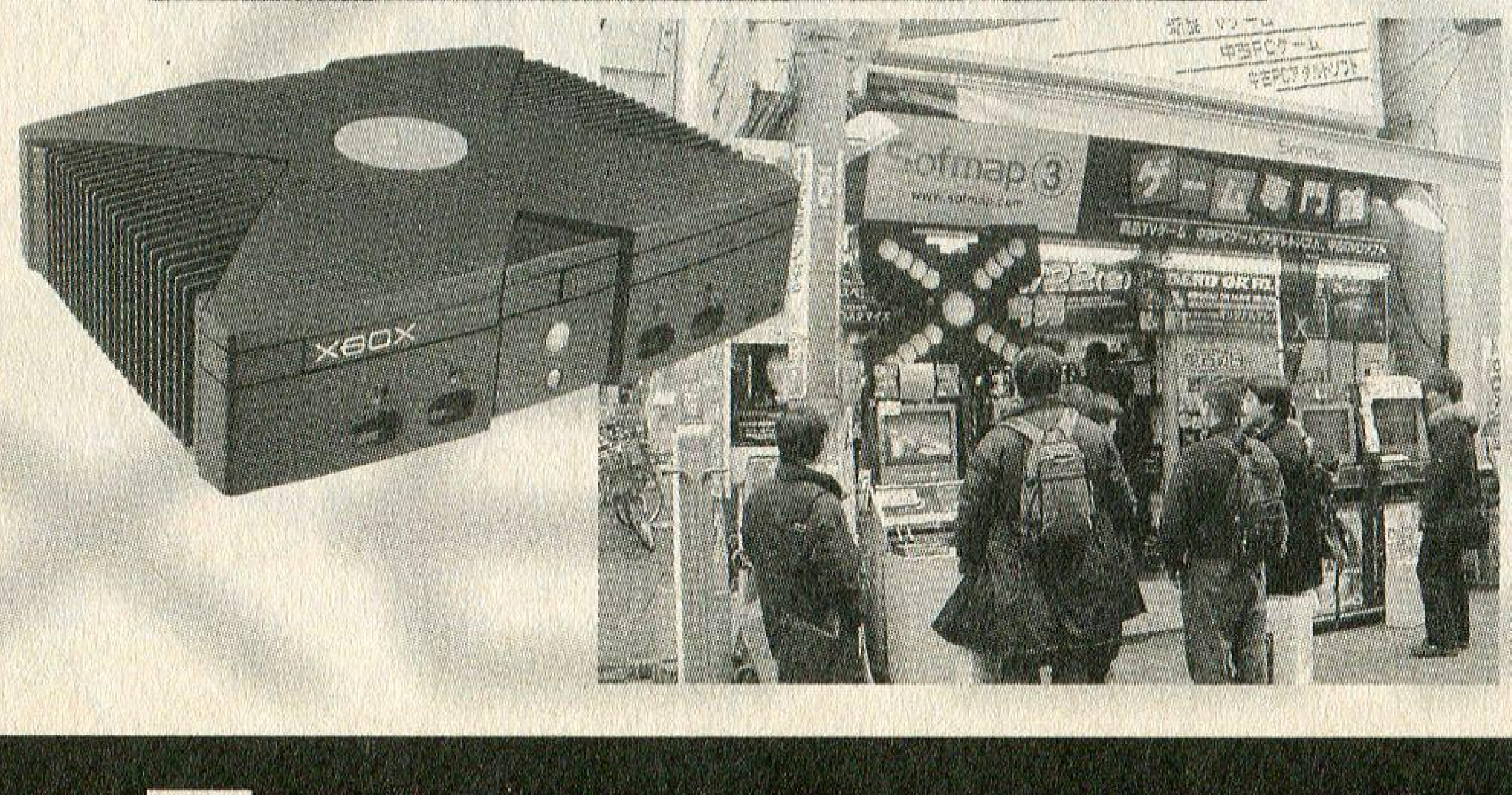
「根強いセガファンの方がＸｂｏｘに期待してくれていることは肌で感じていますし、そういう方は特に取り込みたいというか、期待してます」

Ｘｂｏｘ本体と同時に発売されたセガのゲームは『ジェットセットラジオフューチャー』のみ。確かに、『ジェットセットラジオフューチャー』は面白いソフトではあるが……。

〝期待〟するのではなく、〝取りこむ〟努力が必要だったのではないだろうか。

（編集部）





Xboxの勝っている点とどうしても埋められない問題点とは

■いかに最新スペックを持ってしても、その戦術が過去の遺物であるのならば、活きるはずもない■



三者三様の三つ巴

'02年2月22日、Xboxの日本発売を迎え、ついにゲーム市場でのゲームハード体制は新たな三つ巴の状態となった。すなわち、PS2、GC、そしてマイクロソフトのXboxである。これら3つのハードの中で、最後発となったのがXboxだが、Xboxに勝算はあるのだろうか。

ご承知の様に、ゲームハードというものは発売時期が早ければ早いほど他のハードより優位に立てる。それは、ソフトラインナップや知名度などの、ユーザーにとってのスタンダードとしての優位性だ。逆に、後発のハードには後発なりの優位性もある。それは、現在最も高い性能を誇るという点だ。

機種ごとにみるアドバンテージの差とは?

では、XboxにはPS2・GCを性能面において引き離すほどの優位性はあるだろうか。そして、それはゲーム市場におけるアドバンテージとなりうるだろうか。さらには、Xboxが持つアドバンテージは今回のXboxの日本発売という晴れ舞台において有効に活用できただろうか、ということを検証してみたい。

まずは、PS2・GC・Xboxの三者をハードの性能を中心に比較しよう。

表を見てもらうと分かるように、ゲームハードとしての性能はGCが一番良いバランスを保っていると言えよう。CPUではGCについでPS2そしてXboxとなる。GCのCPUは高性能のPowerPCチップを採用している上にゲームに特化したユニットが追加されている。PS2のエモーションエンジンはVPU0、VPU1という浮動小数点演算やジオメトリ演算に特化したプログラマブルな並列処理コプロセッサを搭載している。XboxのCPUは従来のPentiumⅢにMMXユニットを搭載したシンプルなCPUだ。

グラフィックチップはXbox、GCがPS2より後発ゆえにその性能を上回っている。Xboxのグラフィックチップの特徴は大容量で高速なデータバスを備え、複数のテクスチャの重ねあわせを1レンダリングで行える、3Dレンダリング処理に特化された高性能なチップだ。また、複数のライティングや周囲の背景を写りこませる環境マッピング機能も強力だ。

開発用ライブラリにおいても、ライブラリを持たないPS2や独自のライブラリを持つGCに比べ、すでにPCゲームで用いられ可搬性も高いDirectXが使えるのは大きな利点となる。

ところが、知名度、子供度、デザインとなるとPS2・GCに比

べて、評価は低くならざるを得なくなる。新規参入ゆえのハンデとも言えるが、日本市場において充分なマーケティングがなされたのか疑問を感じるところだ。

高性能であること……

このような比較結果は、実際にＸｂｏｘがゲーム市場にどのような影響を与えただろうか。その成功例と失敗例をあげてみたい。成功例としては、『ＤＯＡ３』や『ＨＡＬＯ』があげられる。『ＤＯＡ３』はＸｂｏｘの日本発売における起爆剤としての役割を充分果たした。また、作りやすさと高性能な３Ｄレンダリングを活用したよくできたゲームだ。一年余りの制作期間でＰＳ２以上のことをやるというＸｂｏｘの実践的な手本だといえよう。『ＨＡＬＯ』はＸｂｏｘの高性能な３Ｄレンダリング機能を充分に活かした、ハイクオリティなグラフィックが売りのゲームだ。マルチテクスチャ、バンプマッピング、ダイナミックライティング、環境マッピングといった機能をフル活用している。

対する失敗例としては、なんといっても『ねずみくす』になるだろう。ファーシェーディングという、動物の毛の質感を実現したリアルな画質を売りにしたが、ゲーム性、操作性、ゲームバランスといったゲームの基本となる部分で評価が低い。

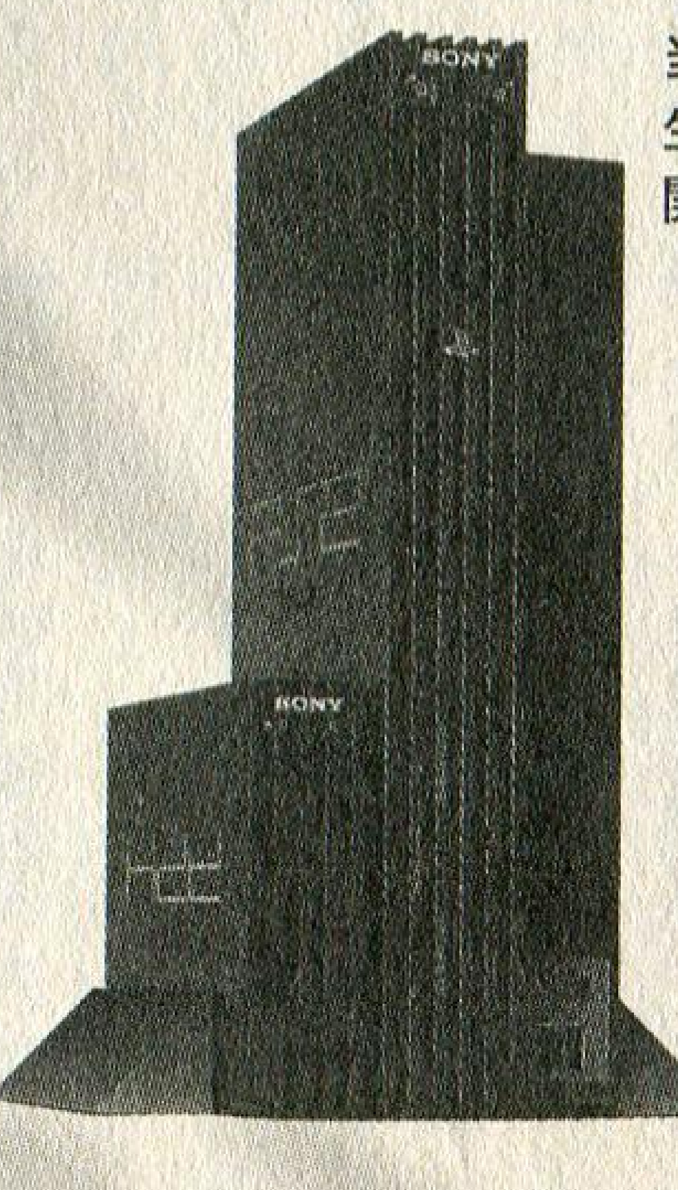
これらの事例は、ゲームハードの本質が「高性能」というキーワード一つに頼るものではないということを改めて浮き彫りにしている。ゲームハードに付随するゲームソフトにこそ本来のアドバンテージが要求される。それには、高性能なだけではなくゲーム性や操作性やゲームバランスすべてにおいて一定のクオリティが必要となる。それは、ゲームハードを売る前にきちんとした「マーケティング」を行えばおのずと分かることだ。

	Xbox	PS2	GC
CPU	△	○	◎
GPU	◎	○	◎
ライブラリ	◎	×	○
知名度	△	◎	△
子供度	×	△	◎
ゲーム性	△	○	◎
デザイン	×	○	○
付加価値	HDD	DVD	なし

戦略と目的

では、Ｘｂｏｘを発売したマイクロソフトのマーケティング戦略とその「目的」とはなんなのだろうか。その明確な答えをうかがい知ることは容易ではない。というよりも、ぼんやりとしていてはっきりせず、何がしたいのか分からない。他社のマネならば、資金さえあれば誰でもできる。マイクロソフト独自の新たな目的がはっきりしないと、ユーザーはともかく、サードパーティはついてこない。マイクロソフトは、Ｘｂｏｘ自身の優位性をしきりにアピールしているが、その声はユーザーには届いていない。明らかに空回りだ。このままでは、Ｘｂｏｘの持つハードとしてのアドバンテージは、マーケティングの失敗に阻まれて上手く活用できない。そしてそれは、ハードを盛り上げる上で肝心なサードパーティの足を引っ張ることになりかねないのだ。

マイクロソフトはそのことを強く自覚しなければならない。



当初はゲーム機として以上にDVD再生機器として重宝されたPS2。その開発の難しさも特徴のひとつだ。



ゲーム機としては充分すぎる性能を誇るGC。DVD再生機能を搭載した「Q」との価格比較も面白い。

安倍孝一：フリー・ゲームプログラマーを経て、有限会社アセンブレント代表取締役を務める。「ファイアーエムブレム聖戦の系譜」のメインプログラマー。現在、SCEの最新作に参加している。

局地戦でためされる、司令官の判断

マイクロソフトはXboxという武器を活かしきれたのか？
風向きが悪くなるほど“滑稽”になる言葉たち

開戦ののろし

あらゆる歴史を紐解いてみても、敗軍の将の言葉ほど当時の状況を表しているものはない。ある者は冷静に戦況を分析し、ある者は熱病にうなされたかのようにネジの外れた言葉を声高に叫び続ける。そのどちらの言葉にも真実が読み取れるのだ。

発売から3ヶ月あまりの間に敗退の色を濃くしてしまったXbox陣営の〝将軍〟たちはどんな言葉を紡いでいたのだろうか？ ビル・ゲイツ氏がゲームデベロッパーカンファレンスで語った「ウィンテル連合」の確認からXbox騒乱は幕を明けたのだ。

敗軍の将？かく語れり

さてここからは、比較的善戦しているアメリカ・欧州の戦線ではなく、大敗を帰している日本戦線のみに絞って話しを進めていきたい。以降は、日本指令の言葉が中心である。

「ターゲットユーザーは、Xboxのパワーやゲーム機としての魅力を確実に理解してもらえるコアなゲームファンですね」（ドリマガ'01年10月26日号P146：大浦常務）

まともであり戦略的である言葉のようだが、もう少し深く読みとっていただきたい。確かにXboxはマニアに向けてのハードであり、コアユーザーにとっては魅力的なハードであった。しかし、マイクロソフト（以下MS）が発売当初に用意したタイトルは『ねずみくす』であった。一見からして『ねずみくす』はマニアに向けているタイトルとは思えない、プレイすればなによりマニアならば激怒してもおかしくないゲームである。大浦常務がいうコアなゲームファンに向けられたゲームは『デッド・オア・アライブ3』であり『ジェットセットラジオフューチャー』であった。本道はサードパーティにまかせ、自らはライトユーザーを取り込もうとする。戦術的には正しいのかもしれないが戦略的には失敗である。言葉はコアユーザーを向きながらも、行為はその反対にある。こういう行動こそをコアユーザーは嫌うのである。取りこむべき相手の特性を見抜くことができずに不快感を感じさせ、必要以上に警戒させてしまう。なシチュエーションである。

「スタンドアローンのゲームだけでXboxは勝てない……という判断が、ある時期下されたら、僕らはオンラインのファスナーを開ければいいわけですから。」（ドリマガ'01年10月26日号P146：大浦常務）

言葉の通り戦力の出し惜しみである。強大な敵（PS2）を前になにを出し惜しみする必要があるだろうか。言い訳だとすればあまりにも稚拙で、本気だとすればあまりにも的外れである。

「ハードディスクやイーサネットなどの装備が充実しており、値ごろ感がある」（02年1月12日毎日新聞：大浦常務）

ハードディスクやイーサネットなどの装備が充実していることを〝知っている〟人たちはすでに「値ごろ感」を認知している。要は、認知していない人たちにいかに〝装備の充実の意味〟を伝えることではないのだろうか。本体発売前1ヶ月に及んでもなお、Xboxの本当のアドバンテージが端的に語られてはいない。

「普及のカギは価格ではなく、その機器でどういう体験ができるかだ」（'02年2月22日読売新聞：ビル・ゲイツ）

ついに御大将のご登場である。ハードの制作発表時期のコメントのようではあるが、ハードの発売直後のコメントである。しかも、アメリカならばともかく『ねずみくす』を発売した日本で「どういう体験ができるか」といわれても……。

「最初の1年目でどうなろうと、2年目でどうなろうと、3年目でどうなろうと、勝つまでとにかくお金がなくなりませんから。」（ドリマガ3月1日増刊号P39：大浦常務）

こうまではっきりと潤沢な資金力を公表されると気持ち良くもある。しかし、ゲームユーザーの多くが望んでいることは、MSが〝勝つ〟ことではなく面白いゲームを提供してくれるハードであることを忘れて欲しくはない。

「マイクロソフトでは、この現象について製品不良とは認識していない。米国でも同様の報告はあったが、これまでにプレイに支障が出たという話はない」（'02年3月1日：マイクロソフト）

ディスクにつく傷問題で最初に出てきたMSのコメント。

「ディスクの自然な摩擦などにより起こりうる現象であり、通常のゲームプレイやDVDビデオの再生、音楽CDの再生に影響を及ぼした事例はありません。ただし、通常の使用によりディスクが再生できなくなった場合には、マイクロソフトは取扱説明書中の品質保証規定等に従い、本体を修理または交換いたします」（'02年3月4日：マイクロソフト）

最初のコメントから3日後のコメント。そしてその3日後。

「アメリカでは問題が出ていなかったので、当初は〝トレーに収める際などに自然に傷がつくことがある〟という発表をさせて頂きました。しかし再検証したところ、当初我々が考えていたものとは別の原因と思われる傷が見つかったので、修理についての対処を告知しました。最初に発表した文章は、ワールドワイド向けに出された英語を日本語に直す際に、やや冷たい感じになってしまっていた。これが、お客様をさらに不安にさせる結果になったと反省しております」（'02年3月12日電撃オンライン：大浦常務）

これで、「傷問題」での三段論法のできあがり。この問題でこそXboxのプロモーションでの問題点が露呈しているのではないか。大浦常務は「英語を日本語に直す際に、やや冷たい感じになってしまっていた」とコメントしているが、英語の和訳などは辞書さえあれば中学生でもできる。ここで必要となってくるのは、英語を直訳することではなく、日本でうけいれられるように要約することだ。

現場の人間が、大本営の命令をそのまま素通ししているだけなのならば前線で戦うべき兵士（ユーザー）の被害は広がるばかりだ。

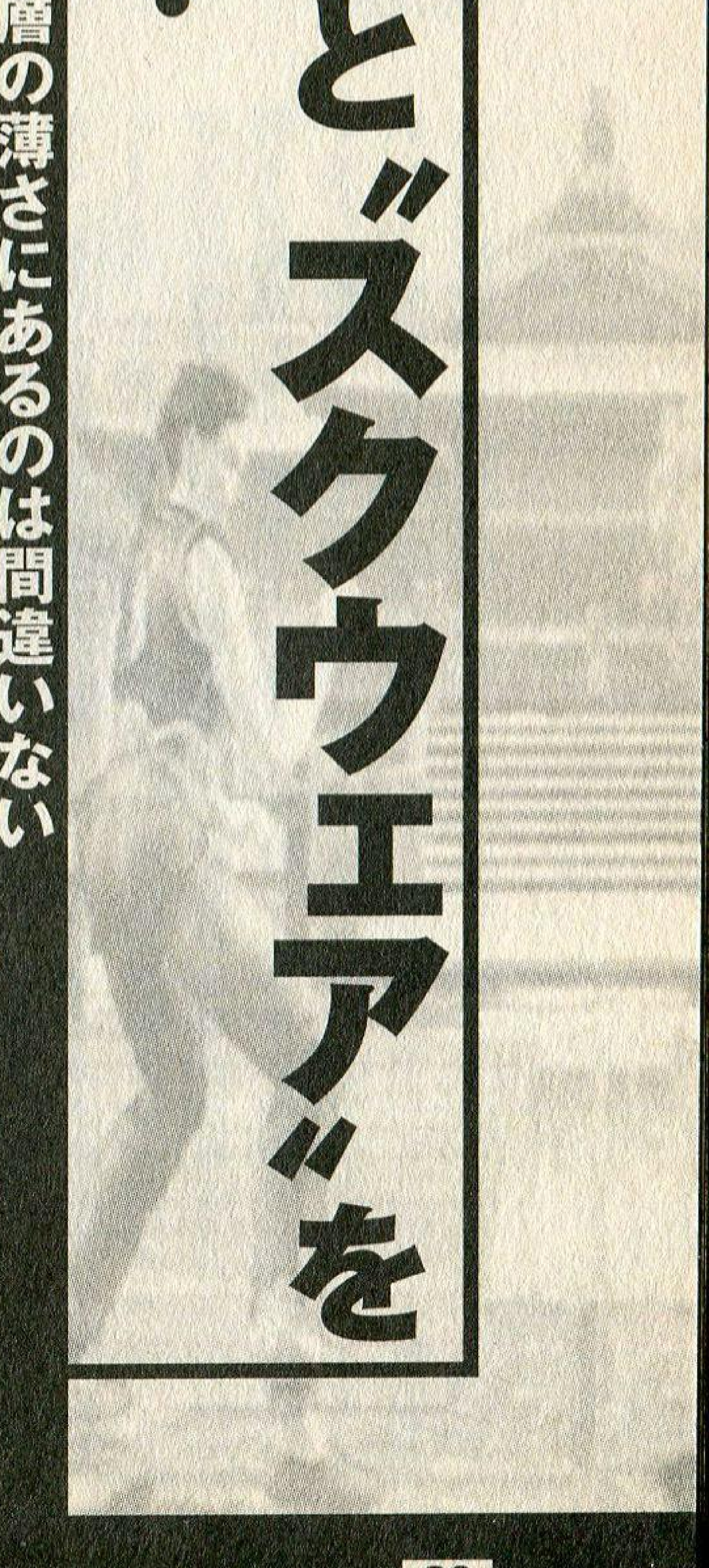
たとえ、大本営の大局的な判断から局地戦を捨てていたとしても、現地の司令官は被害を最小限に止めるためにも最良の〝現地の判断〟をすべきなのではないだろうか。

（編集部）

ああ無常!!

あのとき〝セガ〟と〝スクウェア〟を買っておけば……

Xboxの弱点のひとつは、そのゲームソフト層の薄さにあるのは間違いない
せめて、『バーチャファイター』がXboxに移植されていれば……その疑問の暗部に迫る!!



マイクロソフトは、なぜブランド力と技術力を持つセガとスクウェアの買収にまで踏み込まなかったのだろうか。何度も噂が流れたが、現在まで実現していない。それはマイクロソフト自身が選択したタイトル投資戦略に大きく依存している。彼らは、ヒットタイトルを集める方針を「企業」ではなく、「開発者個人」や、「開発チーム」に置いている。

流れ続けた買収の噂

'01年7月、CSKの事業戦略説明会は緊張に包まれていた。CSKが保有するCSKグループのセガ3914万株の株式をマイクロソフトに売却するのではないかという噂が流れたためだ。もし、それが実現されると約24%を所有するセガの筆頭株主になるからだ。当時の時価総額で820億円以上の価値を持っており、大型の企業買収になる可能性があった。しかし、青園雅紘会長は「重大な発表はありません」と開口一番、その噂を否定した。翌日から、CSK、セガ共に短期的ではあるが株価は急落した。

'01年はセガにとっては苦しい1年だった。1月にDCからの撤退発表の後、大川功氏の850億円にも及ぶ資産贈与に依存したキャッシュフローの改善、さらに3月の大川氏の逝去、入交昭一郎氏といったトップの交代。苦しい上期の販売実績。セガCoo香山哲氏を中心とした再建作業が続いている。

結局、マイクロソフトが手を差し伸べることはなかった。彼らは、セガのXboxへの参入で満足していたのである。アメリカでの評価の高い『ジェットセットラジオ・フューチャー』といった新タイトル供給や、同じくアメリカでのミリオンタイトル『クレイジータクシー3』や『パンツァードラグーン』最新作の投入決定で十分と考えていたようだ。

しかし、セガAM2は『シェンムー2』の移植を決定したものの、セガの看板タイトル『バーチャファイター』シリーズは、現在まで供給の予定はないままだ。SCEとの間でPS2への参入の条件として『バーチャファイター4』は独占タイトルにするという約束が取り交わされているようだ。セガからXbox向けに発売が予定されているタイトルで、日本で大ヒットにつながりそうなタイトルは現状ない。

また、'01年9月下旬にも、ゲーム業界関係者に緊張が走り、情報が錯綜した。スクウェアが任天堂に売却されるという情報が流れたのだ。ただの噂ではなく、すでに記者会見のためにホテルの催し場まで、押さえていたという状況だったという。しかし、実際には、PS2向けタイトルが主力の売り

上げとなり続ける企業をグループ企業として受け入れることを拒否した、任天堂山内溥会長によって流されたと言われている。

当時、スクウェアは映画『ファイナルファンタジー』が生み出した170億円もの巨額の損失を埋めるために、財務状態を急いで改善する必要に迫られていた。任天堂買収が流れてから2週間あまりの間に、マイクロソフトとSCEとで水面下で激しい駆け引きが行われたと言われている。結局、10月9日、SCEが約149億円で、新株式1120万株を取得し、第2位の株主になる形で決着した。スクウェアは、『ファイナルファンタジーXI』を'01年1月にPC向けに販売するという発表をすでに行っていた。最もPCのアーキテクチャーに近く、移植が簡単なはずのXboxにも、早晩参入すると見られていたため、驚かされる内容だった。

セガキラータイトルはPS2に偏る?!



6年間続いた『サクラ大戦』もDC版は一応の決着をみた。PS2では、いかなるシリーズが展開されるのか？



セガの切り札とも言える『バーチャファイター4』。一時の脅威的な人気は落ちついたが、それでも数字の取れるタイトルだ。

PS2用セガゲームソフト

サクラ大戦シリーズ	価格未定	発売日未定
新ROOMMANIA	価格未定	発売日未定
サカつく2002	6,800円	3月7日発売
スペースチャンネル5 Part2	6,800円	2月14日発売
バーチャファイター4	6,800円	1月31日発売

記者会見にのぞんでいる久夛良木健SCEI社長は、満面の勝者笑みを浮かべていた。彼が最も恐れていた『ファイナルファンタジー』シリーズがXboxに移行することを完全に防げたからである。しかも、149億円というのは、継続的に人気シリーズが発売されることを考えると格安な価格だった。PS第三世代機までも含めて、全世界で、安定的に400万本の販売ができるまで成長した『ファイナルファンタジー』シリーズが手に入るのである。

マイクロソフトは、『バーチャファイター』、『ファイナルファンタジー』というキラータイトルになるブランドタイトルの獲得に失敗したといえる。特にこれは日本市場で劣勢に立たされる要因となっている。『デッド・オア・アライブ3』が、格闘ゲームとしての代換えを期待されたが、国内では10万本前後の販売数にとどまっている。『ファイナルファンタジー』に匹敵するRPGも今のところ獲得できていない。

この2社との間で、買収とタイトル獲得に向けて長い交渉が行われていたのは間違いない。問題は、彼らはどこで現在の結果に至る判断を行ったのかということだ。

実際に行われていた買収交渉

Xboxの開発エピソードをテーマに、3月に発売になったディーン・タカハシ氏の『Opening The Xbox』(PRIMA)によると、セガとの交渉は、99年から積極的に行われていたようだ。その生々しいやりとりが、収録されている。

入交氏は、マイクロソフトがハードビジネスまで開始しようとしていることを知って驚いて、怒ったという。マイクロソフトがXboxの開発をしていたことを事前に知らせなかったようだ。ビル・ゲイツと親交の厚いアスキーの西和彦氏や大川氏とともにドリームキャスト2と互換性を持たせるように交渉が続けられたという。

「私たちはハードウェアをあきらめるつもりはありません」

と、入交氏。彼はマイクロソフト

はゲームビジネスをわかっていないと思っていた。
「我々は多くのお金を持っている。それを使って会社を拡張してきた。30億ドルのお金を使うつもりだ」と、ゲイツ氏。

何度も交渉は行われたようだが、マイクロソフト側の意志によって、'00年初頭に交渉は決裂する。（P.193―4筆者による抄訳、以下同）以後、ドリームキャストは自己路線を進み、結局は失敗への道を止めることはできなかった。

また、スクウェアとの買収交渉も'99年秋に行われていたようだ。

マイクロソフトは、多額のお金を払うつもりだったが、スクウェアが要求したのは25億ドル（約3000億円）であったためにまとまらなかったという。（P.187）

確かに、年商約260億円の企業の買収額としては無茶な金額である。その後、タイトルの責任者エド・フリーズによる参入交渉も何度も行われたが、ほとんど進展しないまま、映画の失敗とSCE傘下に入るという事態にまで至ってしまう（P.253）

企業でなくチームを対象とした投資戦略

ビル・ゲイツは大きな企業の買収をするべきではないと考えたようだ。ロビー・バッカスや、シェーマス・ブラックリーといった当時のXboxの責任者たちも、パブリッシャーやハードメーカーは買収の必要はないと考えていた。それよりも小さな開発チームをいくつも用意して、マイクロソフト自身がタイトルを育てて、有力なパブリッシャーになれると見ていた。（P.194―5）

実際、マイクロソフトは、00年6月にPC向けに『HALO』を開発中だった米Bugieを買収し、Xbox向けに開発を転換をさせる。'01年5月には『エイジ・オブ・エンパイア』シリーズを開発した米UnsembleStudioを買収し、Xbox向けタイトルの開発を始めさせる。どちらもアメリカの屈指の技術力を持ったディベロッパーだが、社員数は100人以下で、開発ライン数も2～3ラインの中堅規模の開発会社だ。決して大企業ではない。

日本でも、『バウンサー』などを開発してきたドリームファクトリーの石井精一氏と新企業ドリームパブリッシングを設立し『究極超人』の開発を始めている。現在、ドリームファクトリーは開店休業状態にあるという。

また、ファーストパーティに、SCEやセガ出身の中途採用者を大量に引き受けたこともよく知られている。ご存じの通り、東京ゲームショウ2001春でXboxの基調講演に登場したXbox事業部制作統括部統括部長の宮田敏幸氏はSCEからの移籍組だ。

同じ政策は、ヨーロッパでも行われている。PS2などの開発経験者を集める形で、ヨーロッパのファーストパーティも構成されている。また、『ブラック＆ホワイト』で有名なピーター・モリニューのイギリスのディベロッパー、ライオンヘッドスタジオにも開発資金の提供を行っている。

また、企業買収ではなく、タイトル供給という形で、マイクロソフトが数億円の開発資金を各開発メーカーに提供している。『真・女神転生Online』（アトラス）、『叢―MURAKUMO―』（フロムソフトウェア）、『斬歌舞伎』（元気）といったタイトルは、そういった資金を通じて開発が行われている。セガがXbox向けにリリースしている多くのタイトルも、マイクロソフトによる開発費負担が行われている。

企業でなく、お金を使って、チー

ついに発売された『FFXI』



ハードのスペックだけを見ていけば、オンラインゲームが"基本"とされているXboxにこそ適した『FF11』。しかし、そういった現実以上の思惑が、発売プラットフォームを決めさせている。

ムを単位として、「人」や「タイトル」を押さえること。これがマイクロソフトがXboxタイトルを集めるために選んだ方針だと言える。

だが、日本市場向けのキラータイトルと呼べるソフトは、まだどこにもない。『ねずみくす』などを上げるまでもなく、発売したタイトルは現状では惨敗の状況だ。そして、将来も短期的に改善する可能性は低い。発表されている予定のラインナップを見ると、将来のタイトルも日本市場でキラータイトルになることは難しいだろう。

結果的に見るとSCEが微妙な駆け引きで勝利を収めたとも言える。セガの『バーチャファイター』をいち早く押さえ、スクウェアを買収した。特に、スクウェアは買収額を最初の交渉時の3000億円から、わずか149億円へと引き下げたことを考えると、マイクロソフトは、交渉に失敗したと言わざる得ないだろう。この失敗は、現在のXboxの苦境を生み出している要因とも言える。

昨年、セガとスクウェアが直面した財務危機を全面的にサポートした場合、多額のコストがかかったのは間違いない。しかし、そこに踏み込んでいたら、Xboxの現在の状況も違っていたのではないか。少なくとももっと少額で、買収交渉を進めるべきだったのかもしれない。

第1ラウンドの厳しい結果は、はたして優れたタイトルを生み出すのに必要なのは、多額の「お金」なのか、有能な「個人」や「チーム」なのか、それとも、人数を抱えた「企業」なのかという難しいテーマを突きつけている。

残されている セガ買収の可能性

ただ、まだマイクロソフトがセガの買収に乗り出す可能性は残されている。CSKは「原点回帰」をうたい本業のシステムプログラム開発以外の業種の株式を手放し始めている。'01年12月には、コンピュータの小売店T-ZoneのCSKエレクトロニクス、'02年3月には、アスキーの株式を他企業に売却した。グループ会社内で残る異業種は、セガのみである。

現在、セガの株価は全体の株高に引きずられる形で、じりじりと上昇しており3000円あまりにまで上昇している。CSKの持つセガ株は時価総額にすると約1170億円にもなる。セガには単独でそれを買い取る財務能力はない。

一方で、セガは、故大川氏から贈与を受けたCSKの440万株を所有している筆頭株主でもあるが、時価総額で約170億円に過ぎず、等価交換は難しい。そのため、現在もCSKとマイクロソフトとの間で、株式の買収交渉が行われていても、何の不思議はないだろう。

かつて、'97年に、当時のセガ中山隼雄社長によって、セガバンダイの合併が夢見られたこともあった。しかし、企業カラーの違いを懸念するバンダイ側によって流れた経緯がある。確かに、大規模な企業すべてを傘下に収めるということにはリスクがつきまとう。マイクロソフトにとって、セガの持つアミューズメント施設の経営や、パブリッシャーとしての流通機能は不要で魅力的でないものだろう。

それでも、マイクロソフト・セガという時代もありうるのか。業績が悪化しているとはいえ、キラータイトルを生み出せるブランド力と技術力を持つ、2000億円企業セガとマイクロソフトの微妙な関係は今後も続きそうだ。

新清士（しんきよし）：ゲーム業界を開発者の視点と、産業論の視点から追い回しているノンフィクションライター。
http://www.igdconf.com/sakugetu/

XBOX™

SQUARESOFT presents SEGA

アメリカでは売れてるのに日本ではサッパリ……
売れない責任はどこにある??
誤解の上に走り続けるマイクロソフト日本のXbox販売戦略

無理解の上に決められた『HALO』のジャンル

「ぶっ放しシューティングアドベンチャー」'01年10月3日にプレス向けに行われたファーストパーティ7タイトルの発表会「第1回Xboxプレミア」の席上で発表になった『HALO』のジャンルである。

私は頭を抱えて悶絶しそうになった。海外の事情に詳しい人間であれば、選択しようとしているプロモーションの方法論が大きな勘違いの中で進められようとしていることが予想がついたからだ。

彼らがBungieをまったく理解していないという事実だけははっきりと伝わってくる。「マイクロソフト日本は、ゲームのことをわかっていない」という事実を印象づけるには充分だった。Xboxの初期購入の可能性のあるコアユーザーはそっぽを向くことが確実な最悪のジャンル名だった。

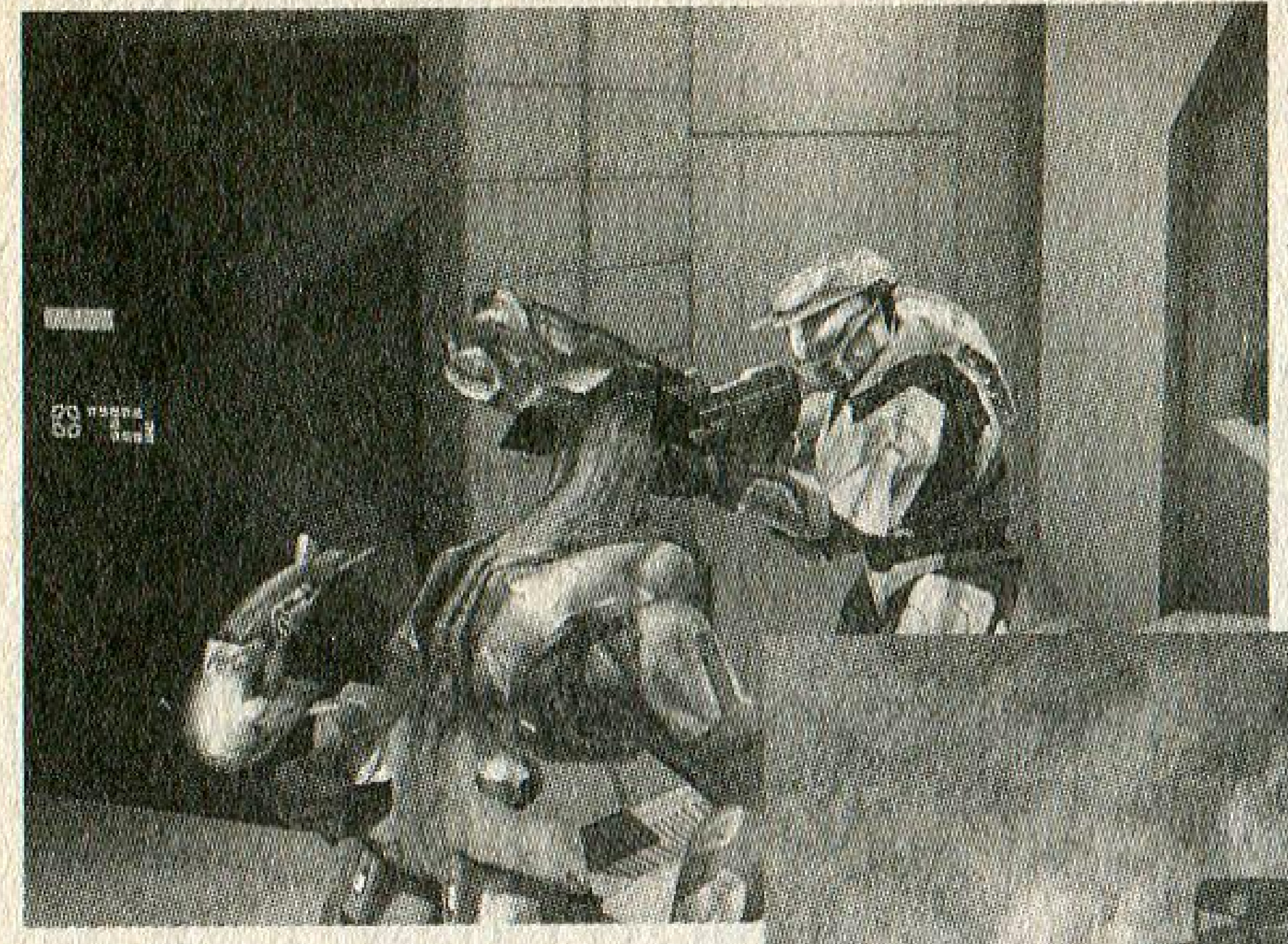
『HALO』を開発した米Bungieは、大学を卒業した直後の連中が集まって'91年に設立したベンチャー企業だ。'94年にモニターに映るものが自分の視点と同じものとしてプレイするファースト・パーソン・シューター（FPS）ゲームの傑作『Marathon』（マック用）を発売する。

同時期に、このゲームのモデルのMS-DOS用ゲーム『DOOM』も流行していたが、『Marathon』にはそれらと違った特徴が持たされていた。『DOOM』が、プレイヤーにひたすら迫る凶悪な敵を相手にするのに対して、『Marathon』は敵の異星人キャラクターが、きちんと文化を持ち思考をしているように、振る舞わせることに努力が払われていたという点である。まだ、敵のAI表現としては、エポックメイキングな試みだった。

さらに、'97年に、完全に3Dの空間で戦うリアルタイム戦術シミュレーション『Myth』を発売する。自分が、ナイトや、弓兵、爆弾部隊に、刻々と変わる状況に、次々に命令を出しながら、決められた戦場の中で戦い続ける。このゲームでも、普通の兵士だけでなく、魔法を使う骸骨や巨人など、様々な種族の敵が登場する。そして、それぞれが独特の種族としての振る舞いをしているように感じられるAIが搭載されていた。これも新しい方法論が多用された歴史に名を残す傑作ゲームである。

だが、どちらもPC用として発売されたために、タイトル名もBungieそのものも、日本での知名度はきわめて低い。しかし、その実力は折り紙付きである。

その彼らが、'99年から開発し始めたのが『HALO』だった。『HALO』のAIプログラムの水準は極めて高い。敵の生物たちは、きちんと組織を作って戦闘をして





アメリカではミリオンを達成したにも拘わらず日本では振るわなかった『HALO』。この差異はどこからきているのか？

FPSの面白さを理解するには、何段階か越えなければいけない壁がある。その壁さえ越えられれば……。

いるようにプレイヤーに感じさせる。「どうやって、動かしているのか何とかして知りたい」と、3Dアクションゲームで実績を持つ大手企業の社員も漏らすほどだ。

『ＨＡＬＯ』は北米ではＸｂｏｘ購入を促すキラータイトルとしての役割を遺憾なく発揮している。すでにBungieのブランドはゲーマーの間に、認知されていた上に、マイクロソフトの大規模な支援が組み合わさった。アメリカで数々の賞も受賞した。『ＨＡＬＯ』が北米で100万本を達成したのは、彼らの実力のためだ。

基本的な重要要素を欠いた販売戦略

しかし、日本ではわずか約3万本あまりという結果に終わっている。私はその責任はマイクロソフト自身の戦略にあると見ている。

私が理解している『ＨＡＬＯ』の販売戦略は、「戦闘の楽しさ」、「美しさ」、「マルチプレイ」に集中して展開しているように見える。濱田マリや、山咲トオルといった有名人を使ったCMは、その点を強調しようとしている。だが「本能を直撃する究極のシューティングバトル」というキャッチコピーでは、戦闘のおもしろさで何が言いたいのかが伝わってこない。プレイすれば、わかるはずだという思いこみが感じられる。

一方で、『ＨＡＬＯ』を導入するために伝達すべきだった基本的な要素がいくつも落ちている。それは、日本ではFPSがまったく認知されていないという状態を変えるために必要な努力だ。

世界的に見ると、ヨーロッパ、韓国・台湾といったアジアも含め、FPSは人気の高いジャンルのゲームだ。しかし、日本では過去、大きな成功を収めた事例は一度もない。N64用の『ゴールデンアイ　007』(97年)、『テュロック2（日本名、バイオレンスキラー）』(99年)といったタイトルに多くの広告宣伝費が使われてきたが、数万本の売り上げにとどまっている。どちらも世界的にはミリオンタイトルである。

FPS特有の空間移動は、三半規管を刺激し車酔いに似た現象を引き起こす。俗に言う「3D酔い」である。そのため、「酔いゲー」といった呼ばれ方をされ、差別的な扱いをされてきた歴史を持っている。「酔い」はしばらくプレイすると慣れてなくなるのだが、そこまで日本のユーザーを遊ばせることに成功していない。ごくわずかなコアゲーマーが遊ぶジャンルだと思われている。

マイクロソフトの取ったプロモーションでは、この「酔い」の問題を徹底して避けた。そのため、本来取り込みたかったライトユーザーほど、「酔いゲー」として認知し、避けようとする心理が働いたのではと私は見ている。

もう一つは、操作系の問題だ。『ＨＡＬＯ』がPCからＸｂｏｘに変わって生まれたのは、キー入力の難しさだ。PCゲームの場合、視点変更はマウスによるため非常に易しい。ところが『ＨＡＬＯ』は、パッド入力を使って移動と視点変更を同時に行わなければならない。私も初めて触ったときに、その複雑さに閉口した。弾が当たらない。敵を狙うことさえできない。FPSはそもそもマウス入力を前提としているので、コンシューマ機に移植されると極めて操作が難しい。やはり、PCでのヒットタイトル『Quake3Arena』は北米ではDCに移植されている

が、操作は難しく、持続してプレイするには相当の根気が必要なタイトルだ。

ところが、筆者が、実際に製品を遊ぶと、その点に注意してゲームデザインが行われていることがわかった。視点の操作を行いやすい水平面に戦闘を集中できるようにしてあったり、一度敵が標準の中に入ると、移動してもゆっくりとその敵を中心に弧を描くように移動するようにデザインされている。そのため、30分もプレイすると、すんなりと操作体系に慣れることができる。しかし、知られていないために、コアユーザーの間でも操作系が難しいという印象から避けているケースも多いようだ。

こういったゲームプレイの初期段階で、ユーザーにとって最も重要な情報について、マイクロソフトから出た広報資料では、アナウンスは行われていない。つまり、現時点では導入に失敗していると言える。「日本最強決定戦」といった対戦大会を行うことを先行させている。これは一般的に行われているゲームプロモーション戦略をそのままねているに過ぎない。

「昼休みに『HALO』を対戦して楽しんでいる若い社員の姿を見ていると、『ストリートファイターII』を思い出しました」と、Xbox事業部制作統括部統括部長の宮田敏幸氏が、4月に行われた『HALO』の発表会で述べている。FPSの魅力をちょっとでも知っている者のであれば、対戦がおもしろいことは、もう何年も前から知られている衆知の事実だ。このあまりに的はずれな比喩は、プレス関係者の失笑を買っていた。『HALO』は間違いなく傑作ソフトである。だが、マイクロソフト日本のプロモーション戦略の失敗がソフトの魅力を下げているのは間違いない。

第2のバブルに終わる可能性

残念ながら、これは『Halo』の問題だけではない。マイクロソフト日本そのものが抱えている問題だと言える。

ローンチタイトルの『ねずみくす』でも同じような失敗が行われている。Xboxの初期ユーザーにならないことが予想が簡単にできるはずにも拘わらず、女性と子供に向けた企画を進めた。それをカバーして男性層にアピールするために、無理矢理に空手家を広告に出演させ、テーマ曲タイアップを行いCMを大量に流し、数千万円の広告費をつぎ込んだ。

結果はご存じの通り、数千本程度しか販売に成功できていない。「どこにもいない誰か」に向かって作られ失敗した製品の例となった。今のところ北米での発売予定もない。

宮田氏が、「企画を持ち込まれたその場でオーケーを出した」という、あまり信じられないようなプロセスで開発が開始された『ジョッキーズ・ロード』や、日本人に受け入れられることが難しいキャラクターデザインのまま進行している『格闘超人』など、開発中のタイトルに対して疑問符は続く。「クリエイターが本当に作りたいものを作らせるのが一番いい」と、宮田氏はXboxプレミアの席上で強調していた。本当にそうだろうか？ 確かに、彼の出身のSCEでは、あえて他社が作らない新規な意味性を持ったタイトルを求める気風がある。実際に『蚊』は

『HALO』プレス発表会での 奇々怪々

4月15日に行われた『HALO』プレス発表会は、まさに無意味なものではなかったのか？ 開会されるとすぐに語られた『HALO』の最重要ポイントが「SFスペクタクルな世界観です」では、拍子抜けもいいところだ。



ゲーム以外のプレス関係者も多く集まった。

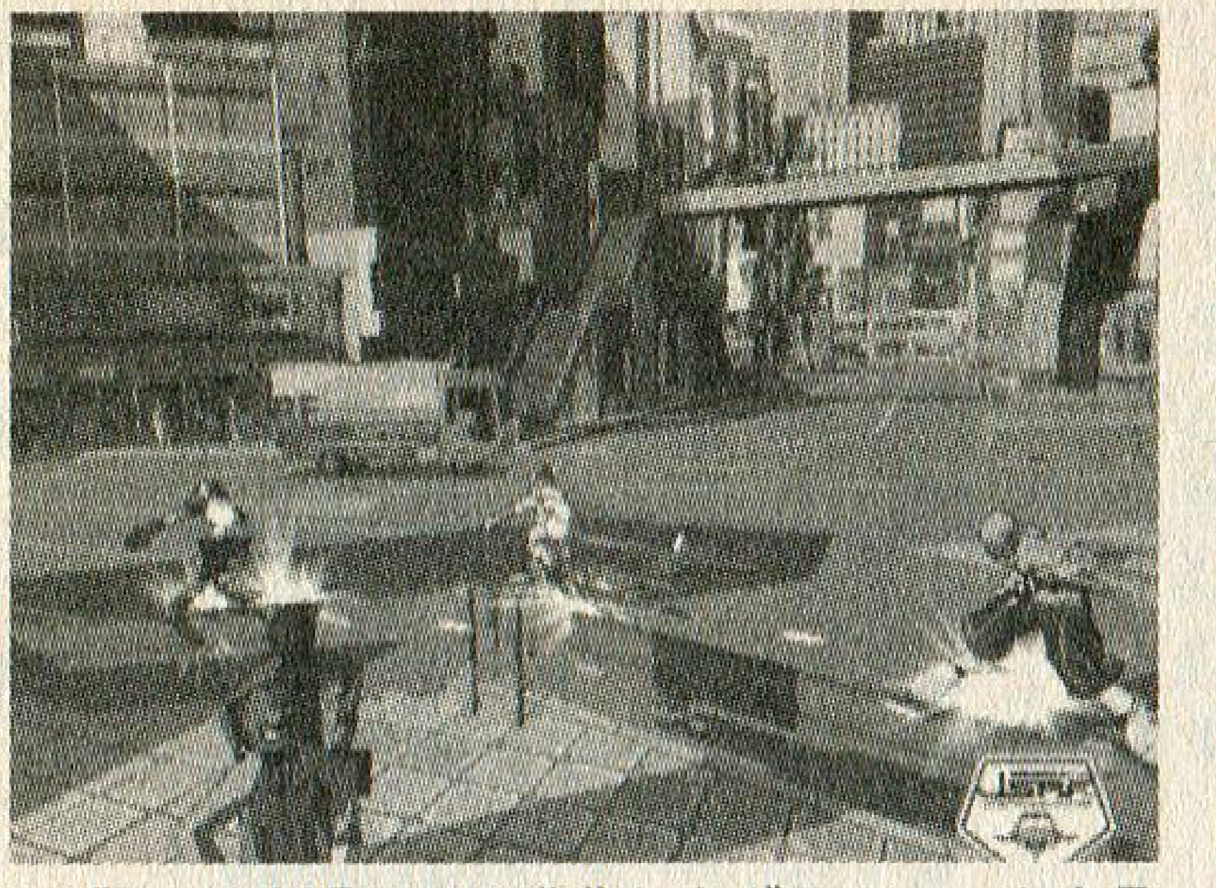


最後の締めの言葉が最も意味不明であった。

宮田氏がゴーサインを出したタイトルである。しかし、SCEのタイトルもその多くが失敗してきたことは衆知の事実だ。'90年代初頭に、スクウェアが好条件で他メーカーからの転職組を

Xboxの表現力という点では、性能を発揮させていた『ねずみくす』。これでゲームさえ面白ければ……。





DC版よりも明らかに進化したグラフィックを見せた『ジェットセットラジオフューチャー』。

引き受け、開発子会社を拡大していたPSバブル期といわれる頃を連想させる部分がある。優秀な「クリエイター」を「お金」を使って集めれば、販売結果もいい結果になる。そう考えられていた。しかし、ここ2年あまりの間にスクウェアは、すべての子会社を整理し、社内のチームも大胆に縮小する結果に追い込まれている。スクウェアは高コスト体質になり、数10万本単位の販売結果が出ても、開発費を回収できなかった。

マイクロソフトが、ファーストパーティを編成するために、SCEやスクウェア、セガなどの人材を多く引き受けていることはよく知られている。だが、このまま失敗が続けば、これが第2のバブルとして終わる可能性がある。スクウェアの時代よりも、さらにユーザーはどこにいるのかマイクロソフトはわかっていないため、損害はさらに大きくなるかもしれない。

はじめからユーザーとギャップは存在した

そして、この問題は「Xboxハードそのもののプロモーションに通底している。誰がXboxを購入するのか、マイクロソフトはそれを絞りきれないまま進行させてしまったといえる。マイクロソフトはXboxの性能を当初から強調していた。インテル製733MHzチップに、PS2の3倍以上の画像処理能力。更に5.1ch対応に、ハイビジョン対応、ハードディスクを搭載し、ネットワークにもすぐに接続できる。性能の「豪華さ」を強調していくハイエンド戦略だった。Xbox事業部事業部長大浦博久氏や宮田氏はインタビューに登場するたびに繰り返し、それを強調した。

しかし、5.1chやハイビジョンの環境を持つユーザーはまだ日本に少ない。しかも購入時のセットではそれを実現できず、追加の周辺機器も購入する必要がある。DVDのリモコンまで購入したとすると、結局1万円近い追加出費が必要になる。また、ネットワークサービスも、発売と同時ではないのでメリットは小さかった。

現実のユーザーとのギャップがそこにある。大型薄型テレビの売り上げは、今年に入って、ソルトレイク冬期オリンピックや、ワールドカップの影響で、売り上げを伸ばしている。しかし、購買層の中心は、家族でホームシアターを楽しむことを目標としたファミリー層だ。つまり、30歳前半以下のゲーム機の中心購買層とはずれがある。ホームシアターでゲームをしようと考える層は、現在は、まだほとんど存在しないのだ。マイクロソフトは、「どこにもいない」潜在ユーザーに向かって、性能をアピールしていたことになる。

存在しないユーザー探し続ける、ボタンの掛け違いは今も続いているのだろうか。『HALO』のジャンルは、4月から「SFシューティングアドベンチャー」に変わっている。それが適切なジャンル分けかどうかという問題は残っているが、マイクロソフト内の誰かが誤解に気がついたのだと思いたい。これが潮流となって、マイクロソフト日本の過ちを変えてくれる動きになってくれることを私は期待している。

新清士（しんきよし）：初著作のゲーム開発の現場を1年にわたって追ったノンフィクション『「侍」はこうして生み出された〜アクワイア制作2課の660日戦争』（新紀元社）が6月中旬発売されます。http://www.jgdconf.com/sakugetu/

ゲーマーの部屋事情

そんな貴方にXboxだけどどこに置こうか

気になるタイトルがあるし価格も下がったしということでXboxの購入を考えている貴方!!

突然ですがシミュレートしてみませんか。

デカくて重いぃ? ……本当でした。

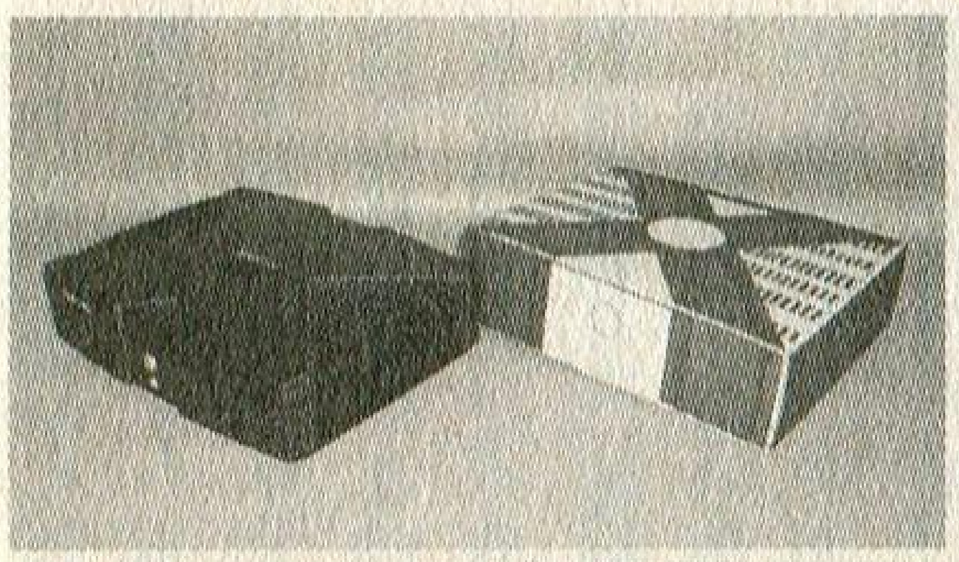
Xboxのターゲットは、20代後半から30代前半のコアゲームユーザーとあるとされている。'70年代生まれの独身ゲームライターである筆者は、その層にぴたりと当てはまるわけだ。

編集部に問い合わせたところ、本誌のメイン読者層もほぼ同世代だと聞いたので、ここはひとつ、僭越ながら読者代表として一肌脱ごうと思い立った次第である。で、一体何を思い立ったのかというと、Xboxが日本で受け入れられない理由として挙げられる「本体がデカい、重い」という問題について考察しようというのだ。本来ならばここに「値段が高い」という項目も入れてもよかったのだが、5月15日にMSより本体価格を24、800円とする発表があり、他のハードと比してもズバぬけて高いわけではなくなったので、削除させていただいた。

Xboxを購入した場合のシミュレートを実際に本体を購入して行うのも馬鹿げている。そこで用意したのがダンボール箱である。要はこれを使ってXbox本体と同じサイズ・重量のモノを作ろうというのだ。

Xbox本体に関するデータは表の通りである。このデータを元に展開図を作成、それにしたがってダンボールを切り、箱状にした。また、重量についてもより本物に近付けるため、2L用のペットボトル2本にそれぞれ水を入れて調整した。

そして完成したのがハンドメイドXboxシミュレータ、名づけて「ハメッXbox（はめっくすぼっくっす）」である。



Xbox本体公式データ
サイズ：324cm×265cm×90cm
重量：3.86kg
発売日(日本)：2002年2月22日
価格：24,800円(税別)

おはようからおやすみまでくらしを見つめられてみる

実際にXboxをショップで購入した場合を考え、まずは「ハメッXbox」を持ち歩くことから実行してみた。大型電器店の紙袋を2重にして携え、500mほど離れたところにあるゲームショップ前から自宅まで歩いたのだ。

独身の方ならお分かりいただけると思うが、近所のスーパーでお米を買って帰る時、その重さに意外と苦しめられることがある。Xbox本体は4kg近くあるが、2kgの米袋を2つ持ち歩くのは、かなりキツイ。かつてWEB上で、万引きした食品のみで生活した経験

がある方がいたが、その方でさえ「お米は2kgの袋を一つ盗むので精一杯」と語られていた。

MS側が想定するターゲットとは異なるが、もし女性が一人でXbox本体を購入しようとしたとしても、ショップに宅配を依頼するしかないのではないかと思う。

部屋に運び入れてからも問題は山積している。

筆者はアパートでの一人暮しをしている。6畳一間にごく簡単なコンロと流し台、ユニットバス、洗濯機置き場があるだけの極めてシンプルな部屋である。もっと豪勢な生活をしている20代後半独身男性もいるとは思うが、これもサンプルであることには違いない。

6畳間にTV、PC、ビデオデッキ、ベッドが置かれた部屋はただでさえ狭いが、どうやら壁の中心から占有面積を計算する「壁芯」(「こち亀」75巻第8話参照)であるらしく、圧迫感バリバリの独居房の様相を呈している。

また部屋にはすでに初代PS・PS2・PSone・DC・NINTENDO64・GBAの各本体が鎮座していて、当然各々のソフトも置かれている。そこへハメッXboxが日々の生活の中に入りこんでくるのだ。どこへ置こうかと考えるだけで頭が痛くなった。

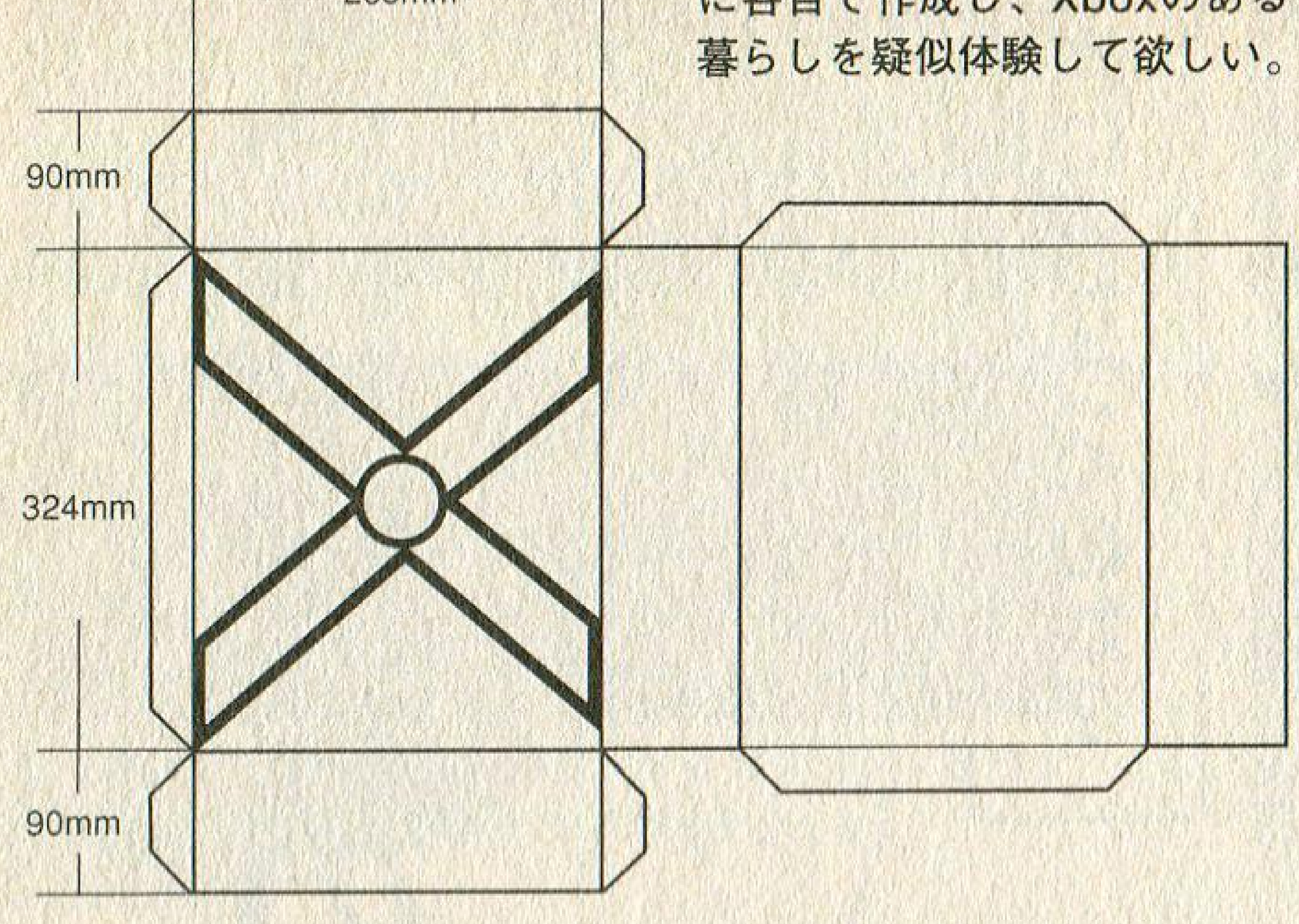
大浦MS常務の言うように、TVの下へ置こうかとも思ったが、我が部屋の場合、そこにはPS2ではなく、ビデオデッキといまだ現役で可動しているLDプレイヤーが陣取っているのだ。この点に関しては、同様の20代後半男性の中でも特殊な例だと思われる。TVの下のPS2を捨てて、そこにXbox本体を入れることができる方は何ら問題ないわけだ。筆者は、仕方なく床にハメッXboxをそのまま置くことに決めた。

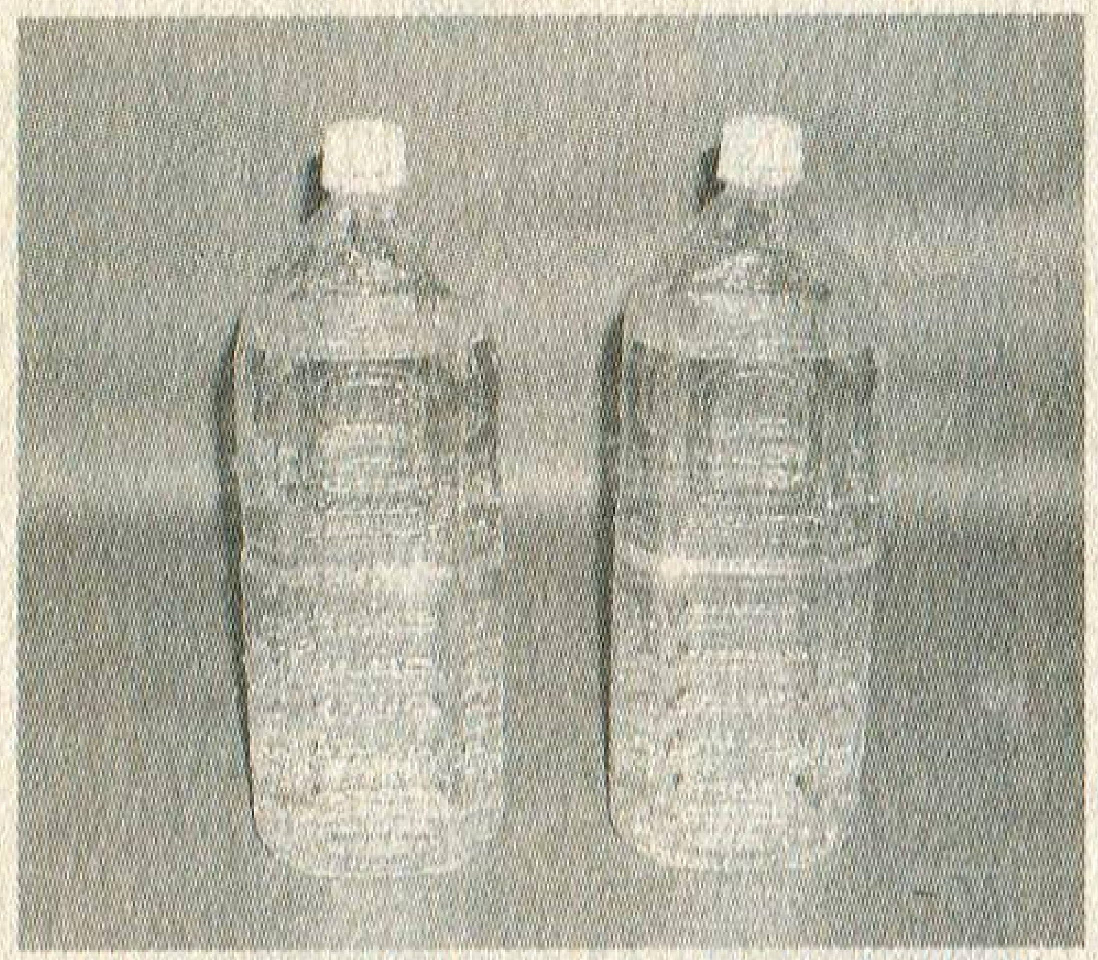
そして筆者は一週間ハメッXboxと共に生活を送った。

ハメッXbox最大の弱点として、「ゲーム機として遊べない」という点が挙げられる。ただそこに置くことしかできないのだ。(本物のXboxを持っている方で「ただそこに置いてあるだけ」の人も少なくないのではないかと、ふと考えてしまったが……)。だから日常生活に支障をきたすであろうことは百も承知していた。しかしそれでも、ハメッXboxはいささか大きすぎた。存在感がありすぎるのだ。Xboxを購入しようとするほどのコアゲームユーザーであるならば、他のハードも所有している可能性が高い。つまり、TVのハードを置き換えては遊ぶことになる。だが、Xboxは邪魔にならない場所へ片付けたりまた出したりという作業にははっきり言って向いてないハードだ。筆者はそのことをハメッXboxを通して痛感した。だからといってXboxをメインマシンとして使うのは少々難しい。現状のソフトラインナップでは、筆者には決定力不足だ。

いっそのこと、Xbox本体のカバーの形状を、上に他のハードを置けるよう変更していただけないかと思う。そして「各ゲームハードの下に置けます!!」と売るのだ。本体を小さくするよりはだいぶ簡単で、意外と現実的な提案ではないか。

ハメッXbox:以下の型紙を元に各自で作成し、Xboxのある暮らしを疑似体験して欲しい。





なんと、Xboxは計ったかのようにペットボトル2本がぴったり入るサイズなのである。

PROFILE

菅原珍念
(すがはら・ちんねん)
いっちょ前に外資系企業で働いちゃってる実験ライター。今回は急遽召喚されましたが、今後も「ゲーム批評」にお世話になることあるのかナ……。

Xboxの傷問題とはなんだったのか？

発売から1週間とたたずにケチのついてしまったXbox。これでは売れるもの売れなくなるのはしかたのないことだ!!

本当に傷がつくのか？

「初回販売のXboxで使用したDVDディスクに傷がつく!!」そんな噂がネットを中心に流れはじめたのは2月の末のことであった。当然、ゲーム批評編集部でもすぐにXboxのソフトを取りだし確認してみた。編集部内でさんざんプレイしていたDVDディスクには傷はついていなかった。だがこれだけでは確信は持てず、あらためてもう一度Xbox本体に装着し1時間ほどプレイ。結果はP30下段の通り、傷は入っていなかった。この時点では、「傷がつくという噂」はにわかには信じがたい情報であったのだが……。

しかし、3月に入って事態は動き出す。まずは、3月1日にXbox公式サイトに、「調査の結果が分かり次第、公表させていただきます」というコメントが掲載される。さらに同月3日同公式サイトにて「ディスクに小さな傷が発生するのは、ディスクの自然な摩擦などにより起こりうる現象であって、通常のゲームプレイやDVDビデオの再生などには影響はないです」という内容のコメントを掲載。このある種冷たい対応にユーザーの不満が爆発したのを受けてか各新聞媒体の同月5日版には「240件のクレームが寄せられている」という記事が踊っている。

この展開に危機感を持ったのか、マイクロソフトが態度を軟化させる。同月7日には前述の公式サイトにて傷問題の対応を発表。その内容は以下の通りだ。

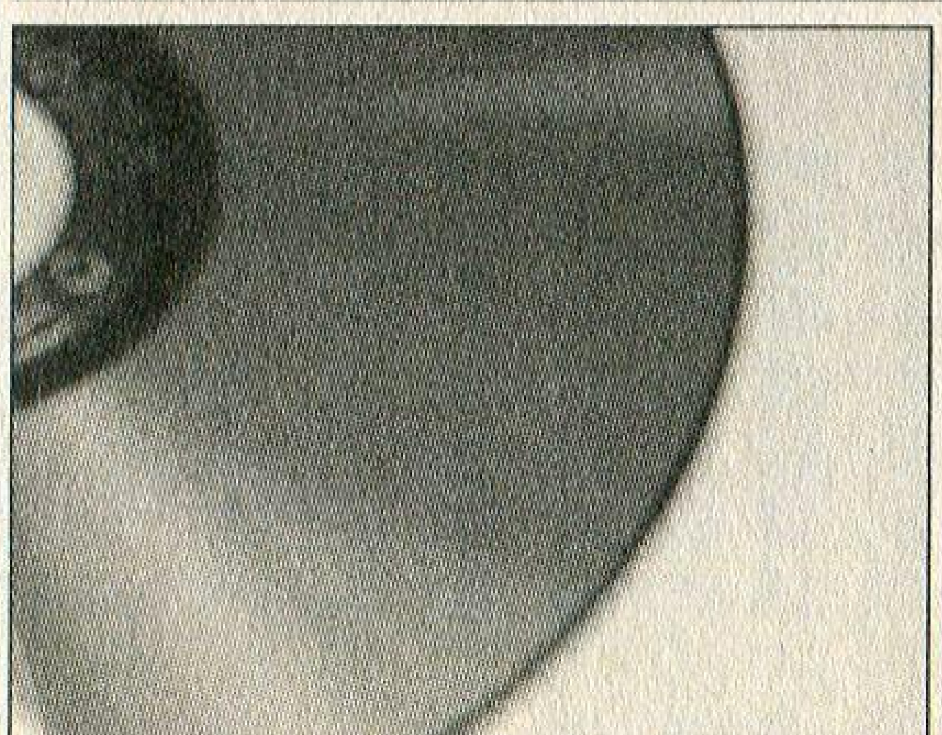
・本体の交換を含めた修理と、Xboxの使用により傷のついたDVD／CDディスクに関しても、同製品の新品交換の対応をします。

4日間にして急激な変化である。当初は〝傷は自然発生です〟とでも言わんばかりのコメントから、傷の入った製品を新

ゲーム批評編集部での検証



使用前



1時間後

品への交換など、Ｘｂｏｘが原因で傷がつくことを認めた内容だ。

しかし、事態はまだ収拾しない。マイクロソフトの対応コメントから2日後の9日一部の大型量販店がＸｂｏｘの販売を中止。ゲーム小売点レベルでもこの時期に修理や交換などの対処方法が伝わっておらず「果たして売っても大丈夫なのか？　お客様に欠陥品を売っているのではないか？」と困惑したという。

大型量販店の販売中止は数日後には解禁となるが、Ｘｂｏｘは最悪の印象を販売店側に与えたことになるだろう。



編集部内で一番遊ばれている『デッド・オア・アライブ3』のディスクにも傷はついていなかった。

傷のつくXbox 傷のつかないXbox

初回販売のＸｂｏｘに欠陥があったことは明らかだ。しかし、編集部のＸｂｏｘでは傷が漬くことはない。さらに「ゲーム批評」で執筆しているライターのＸｂｏｘでも傷の凡例はまちまちだ。つまりは、同じ初回販売のＸｂｏｘでも〝傷が入るもの〟と〝傷が入らないもの〟があるということになる。

なぜ、こういうことが起こったのか。マイクロソフトは'99年12月にＸｂｏｘの生産とロジテックスをシンガポールのフレクスリニクス・インターナショナル社に委託している。その後、Ｘｂｏｘの生産はハンガリーとメキシコ、さして'02年2月にはアジアでの生産を視野に入れていることも発表している。このことから考えて、Ｘｂｏｘの販売が開始された当時に生産ラインをもっていたのはハンガリーとメキシコ、この2つのラインのどちらかが傷が入るＸｂｏｘを生産していたと考えるのは単純すぎる思考だろうか。

傷問題が残したもの

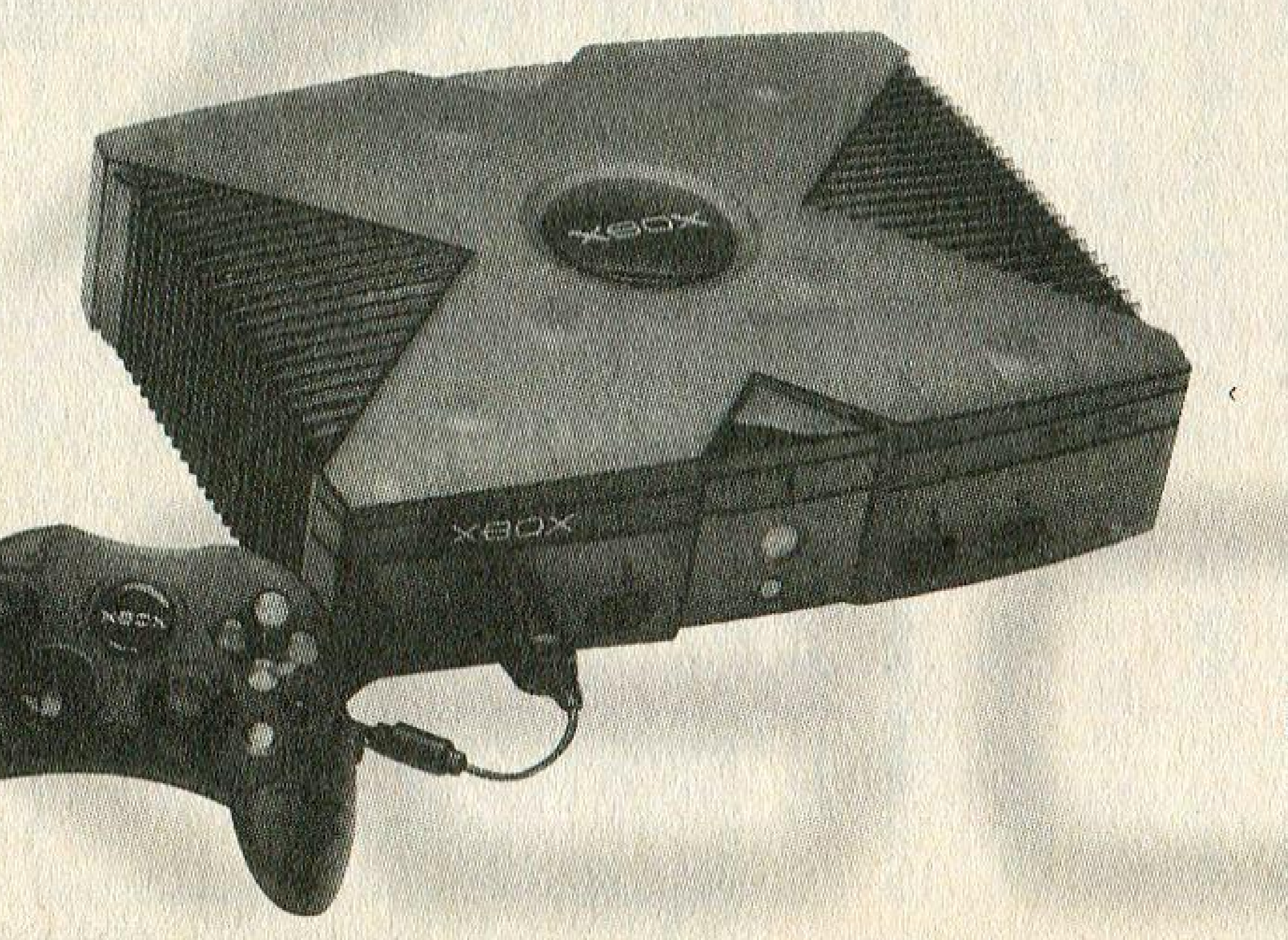
Ｘｂｏｘの傷問題は一応の解決を見ている。しかし、現在のユーザーが持っている印象は良くないのではないか。新ハードの初期ロットにはトラブルが起こるのは良くあることだ。ＰＳ2であっても、初期ロットには同梱されたメモリカードが不安定で保存していたデータが紛失したり、海外のＤＶＤに対応していたりと問題はあった。しかも、その両方ともがかなりの問題だ。しかし、ＰＳ2ではこれらの諸問題が販売台数に影響を与えることは無かったのだ。ＸｂｏｘとＰＳ2の差異はどこにあるのか？　それは購入したユーザー層ではないのか。

初期ロットに問題が起こりがちなことは、コアなゲームユーザーならば認識していることだ。だから、よほどの思い入れがない限り、初期ロットを見送り次のロットを待つことも多いだろう。

発売直後のＰＳ2を購入したユーザーは必ずしも〝コア〟ではなかった。それを生み出した要因は、ＤＶＤ再生能が大きい。

Ｘｂｏｘは ＰＳ2の全く逆だ。購入した人々は〝コア〟なユーザーである。傷問題が発覚したときに始めからＸｂｏｘが原因で傷がつくことを認めていれば展開は変わっていたのかもしれない。「初期ロットだからね」で終わったかもしれない。だが、マイクロソフトは「自然発生」といわば逆ギレしてしまった。その対応を見て、初期ロットを見送ったユーザーが、購入を見送ったとしても不思議ではない。

（編集部）



「ゲーム批評」だからあえて言います!! 究極のFPSと誉高い『HALO』は凡作だった!?

Xboxのフラッグシップ的作品として作られた『HALO』。失敗は許されないという市場戦略上の絶対的位置付けが本作品からオリジナリティーを剥奪した!!

HALO
（北米で売上本数100万本突破）
ジャンル：FPS／
メーカー：マイクロソフト／
機種：Xbox／価格：6,800円／
発売日2002年4月25日

えっ？ これがFPSの最高峰?!

あえて言わせてもらおう。筆者は決してFPSが嫌いなわけではない。学生時代『ダークフォース』をプレイしたいという理由からMacをWindowsに買い換えたり、『TUROK』をプレイするためにNINTENDO64を購入したり、『Quake2』をプレイするためにMonster3Dを購入したことからもFPSジャンルが好きであることを自覚している。その趣味嗜好は、筆者が本誌41号で担当した『MAX PAYNE』、45号の『Medal of Honor: Allied Assault』の批評を見れば明らかである。だが、今回『HALO』をプレイしてまず頭に浮かんだのが「秀作とは言えても最高峰と言うべきなのか」という疑問だった。

失敗してはならないという至上命令のもとで

『HALO』はXboxオンリーといわれる商品群の位置付けの中で、最も緊迫感を伴った作品であったことを否定する人はいないであろう。作品として認知される以上に、商品として絶対失敗の許されないゲームだったのだ。

それゆえ、批評する側も相当気を使わなければならなかったに違いない。ご存知の通り、ゲームは社会人でない青少年が購入するには多大な投資を伴うため、どうしてもゲーム雑誌（米国の場合はオンラインゲーム系サイトも含む）の情報でその優劣を判断する比重が高くなる。従って、それらメディアの反応如何が販売に大きく影響する。これが通常の商品ならまだしも『HALO』は新型家庭用ハードに投資してまで購入するべきか否かを決定づける位置付けにあった作品である。いくらメディアがニュートラルな立場を保とうとしても、自らの言動がどれだけ市場にインパクトを与えるかについては充分理解していたはずだ。

それゆえ、ゲーム業界のレビュアーがXbox立ち上げ時に『HALO』を批評した際、どれだけ率直に意見を述べていたのか疑問が残るのである。正直、多くの担当者は、プレイして駄作でなかっただけで、胸をなでおろしていたのではないだろうか。だからといって『HALO』は多くのメディアが指摘した通り、FPSの最高峰なのかというと、はなはだ疑問が残るのだ。

フロンティアとしての『HALO』を考慮する

FPSがその節々において「最高峰」という代名詞を冠する時は、それ相応の理由がなければならない。それは大概、3つに分けられる。「技術的革新性」、「ストーリーテリングの手法に対する新たな提

案」及び「プレイ時の未経験の爽快感」だ。だが、これらすべてを満たすFPSは未だ皆無なため、これらのうち一つでも満たすことができた時、作品は「The best FPS ever!!」と称される傾向にある。前述の通り、『HALO』は決して駄作ではない。すべてにおいて水準の高い作品であるということは筆者も素直に認める。だが、最高峰として決定的に他作品を圧倒しているものがないのだ。

「ヘイロー」という特殊空間に投げ出された時も『Unreal』の広大な異界惑星を初めて体感した時のインパクトを超えるほどではなかったし、技術的にも『Quake3 Arena』や『Unreal』エンジンのエフェクトを遥かに凌駕するという特殊効果は見受けられなかった。また、ゲームシナリオの面では、劇的なストーリー展開が用意されてはいるものの、どう見積もっても『HALF-LIFE』や『MAX PAYNE』、古くは『StarWars Jedi Knight』をプレイした時に感じた、プレイヤーをぐいぐい世界観に引き込む衝撃までは感じることはなかった。また、未経験の爽快感という点から見ても、確かにエイリアンの小型飛行艇に乗り込み数百メートル上空から一気に戦場に突っ込んでパルスガンをぶっ放すという場面は一目を置くものがあった。

だが、『TUROK』で小型核融合グリネードランチャーを発射して、ラプトルがブッ飛んでいた様子を初体感した時や、『Medal of Honor: Allied Assault』に出てくる重火器のリアルなエフェクトの臨場感が与えた強いインパクトには至らなかった。



日本でXboxをけん引するタイトルとならなければならないという任務が最もキツかった……。

秀作止まりにしてしまった戦略的位置付けの悲劇

『HALO』は決して駄作ではない。では、本作を傑作と言い切れない作品としてしまった理由は何であろうか。それは、絶対失敗は許されないというマイクロソフトがBungie社に提示した至上命令に他ならない。

『HALO』をプレイしていると、クリエイターのオリジナリティーを感じるまえに、「マイクロソフトマーケティング部の分析結果の集大成」という言葉がどうしても頭をよぎってしまう。本作品をプレイするごとに他作品の名場面を思い起こさずにはいられないことが多々あるからだ。そのような意味では、『HALO』は『Quake2』以降に生まれたFPSジャンルのゲームを、名場面集として一本のゲームにまとめてしまったと言えなくもない。また、多くの敵味方が戦車や飛行艇を交えて縦横無尽に走り回る様などは、Xboxの技術力を示すショーケースとしての役割は充分果たしている。だが、これだけでは絶賛するレベルまで達していない。

『HALO』はリアルタイムタクティカルストラテジーという新ジャンルを築き上げた『Myth』、『同Ⅱ』やジャパニメーション型3DアクションAVG『ONI』など、非常に個性的なゲームを出し続けたディベロッパーBungie社が、初めて発表したFPSにして、同社がマイクロソフトに買収された後の最初の作品でもある。

本作品でBungie社のスタッフは自らの創造性を完全に反映したゲーム作りをすることができたのであろうか？　ゲームメディア各社から絶賛され、ゲーム業界関係者からも多くの賞を受賞してしまった今では彼らの真意を確認する術は何もない。

PROFILE

DRAGONWAR1
（どらごんうぉーわん）
英語のなんでも屋。翻訳、通訳英語講師など、そつなくこなす。一方、これからは香港、台湾などにも注目していく予定。なにか面白いものがあったら、ご一報を。

※本原稿は、複数人でプレイする「マルチプレイモード」を除く、単数プレイヤー状況下での批評となります。

海外のゲームもジツは面白い?

面白い面白くないのその前に触れられもせず去りゆく哀愁

残虐表現などを理由に、内容の如何を問われないまま日本での発売が見送られるゲームがある。もしかしたら貴方のゲームライフを一変させてしまうかも知れない作品でさえ、そうやって葬られたかも知れないのだ。

Xboxのみならず、PCを含むあらゆるハードにおいて海外と日本とでは基本的にゲーム性の嗜好が異なる。加えて日本ではメーカー側が過激な暴力表現等を控える傾向にあり、それが世界との文化格差を生んでいる。

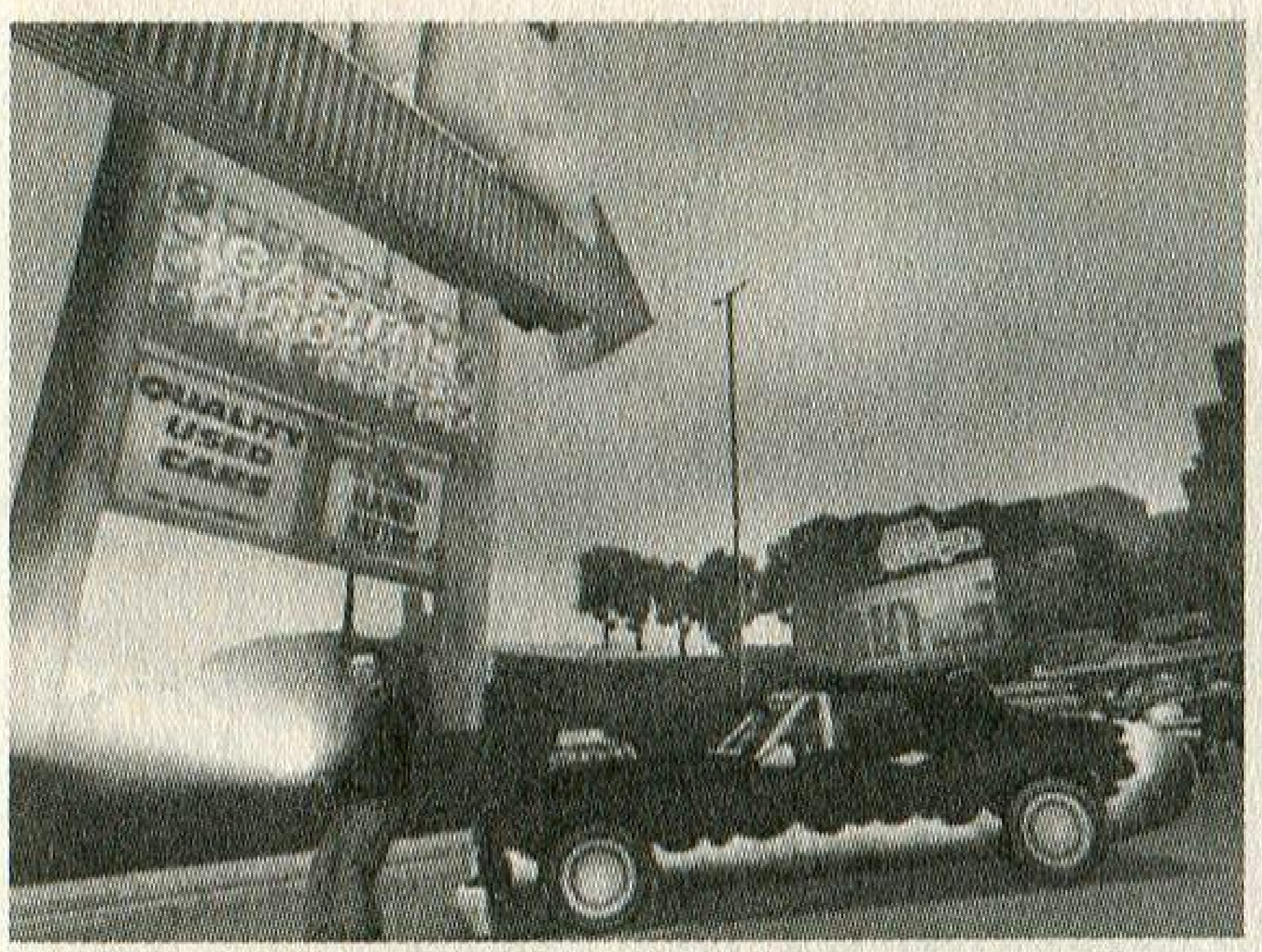
たとえば、世界中のゲーム開発者が一同に会するイベント「Game Developers Conference」で2002年のGame of the Yearに選ばれたのは『Grand Theft Auto III』(以下、GTA3)であった。『GTA3』は北米版のPS2用ソフトで、SCEの資料によれば全世界で570万本売れている。ゲーム大国日本では未発売であるにも関わらず、である。PS2本体の総出荷台数は5000万台なので、世界のPS2所持者の5~6人に1人は、『GTA3』を持っていることになるのだ。

『GTA3』は、北米でも16歳以下では購入できないほど暴力描写が写実的な作品ではある。しかし、「洋ゲー」と聞いて誰もが思い浮かべるようなFPSや戦略SLGではないカテゴリに属するゲーム、それも世界の開発者が褒め称える出来の作品を国内で海外のゲームファンと同様に遊べなかったのは非常に寂しい。

結局6月下旬にPCソフトとして『GTA3』英語版が日本でも発売されることとなったが、これはゲームにおける暴力表現について、改めて考えさせられる例となった。

日本での暴力表現の基準の一つとして「真紅の血が描かれているかどうか」がある。これは日本人の日々の暮しがどれだけ「血」と縁遠いものかを示しており、同時に「とにかく隠せば済む」という日本の政治家のような独特な思考方法が露見した例だと言える。

同じゲームでも、性表現については年齢制限があるものの「犯罪を助長するもの」としてよりは「カタルシスを与えるアイテム」として捉えられているのにも関わらず、暴力表現についてはその論理が通用しない。これは国内のユーザーにとって悲劇以外のなにものでもない。これから紹介・批評する『BAD FUR DAY』(N64)もまた、国内のゲーマーの目にほとんど触れないまま忘れ去られようとしている例である。



アブない内容の作品ではあるのだが、それをブラックジョークとして笑えるのがオトナでは?

日本で発売されなかったコミカル残虐アクション

オトナだけがニヒルに笑える ケミカルファンタジー

信頼と品質を誇るおなじみレアウェアが制作していながら、国内で発売されることがなかった幻の大作。

「クイーン・メリー葬送曲」の流れる中、ミルク片手にただただ正面を睨みつける主人公。

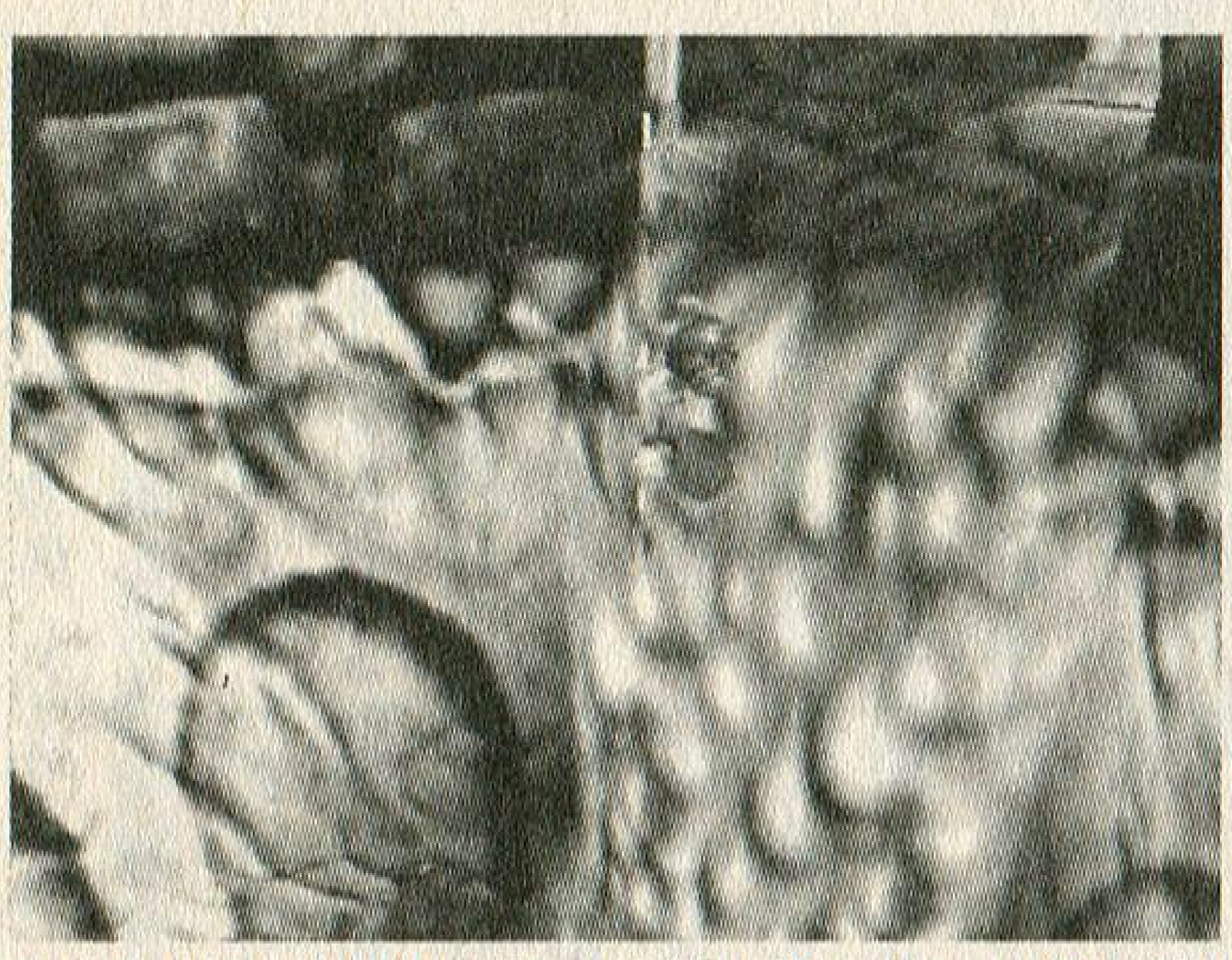
これがNINTENDO64の発売予定にラインナップされていながらついに国内では発売されることのなかった『コンカーズ・クエスト（原題Conker's BAD FUR DAY）』のオープニングムービーである。

バーでしこたま呑んだリス、コンカー。ゲロを吐きつつ朦朧とした状態で家路につく。しかし、目が覚めるとそこは……どこだかまったくわからない。本作は、プレイヤーがこのコンカーを操り、さまざまなトラップをクリアしたり途中で出会う動物たちの依頼を受け現金報酬を手に入れていく、3Dジャンプアクションである。

キャラクターはどれもトゥーン調に可愛らしく描かれていながら、彼らには常にゲロ・血液・屁・ウ○コ・肉片といったおよそ通常の感覚の持ち主なら嫌悪してしまう要素がまとわりつく（もちろんそれらも「可愛らしく」描かれてはいるのだが……）。加えて、あるアイテムを飲んだコンカーの両目が爛々（らんらん）と輝くことも示すように、作品全体を通して麻薬を強烈にイメージさせる作品となっているのだ（ちなみに冒頭に述べたオープニングムービーも同様にドラッグを扱ったS・キューブリック監督の名作映画『時計じかけのオレンジ』へのオマージュだ）。

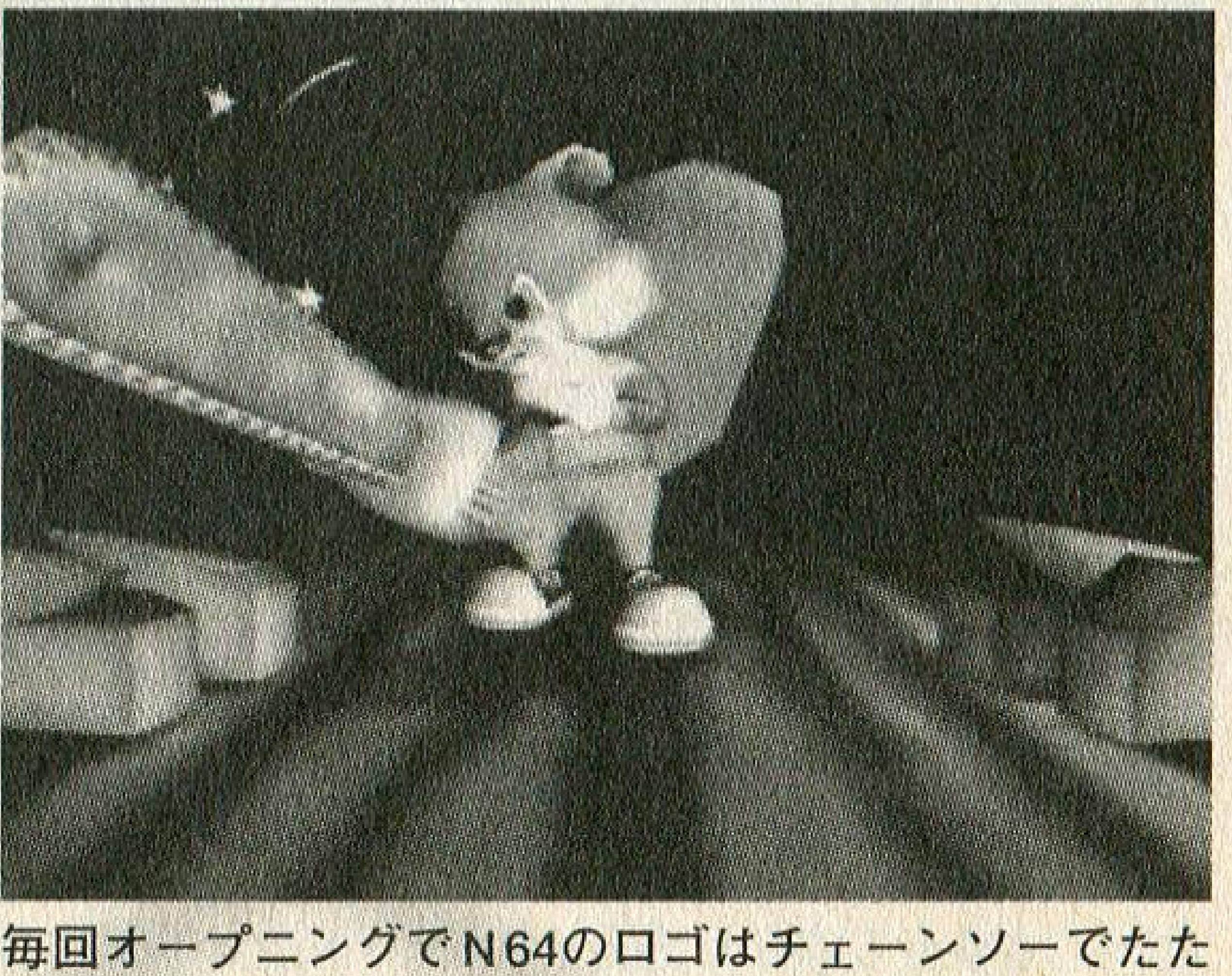
制作を『ドンキーコング64』などで有名なレアウェア社が担当しているだけあって、操作方法に少しクセがあるもののACGとしての完成度は高い。あとはプレイヤー側に、チーズ喰いすぎで腹が破裂＆飛散してしまうネズミやコンカーを倒すことができなかったばかりに味方から「首を吊れ」と言われ、実行するキャラクターをブラック・ジョークとして受け入れる準備があるかどうかである。

「エロ」と「グロ」はゲームのみならず、すべてにおいてオトナだけが楽しみ得る遊びである。主に子供が中心となって遊ぶハードで発売するのが難しかったのは充分理解できるが、海外よりも比較的ドラッグが身近でない日本でこそ、ある種のファンタジーとして発売して欲しかった作品だ。



ウ○コがすごい勢いで流れる下水道をガスマスク着用で走りぬけるコンカー

Conker's BAD FUR DAY
ジャンル：ACG／
メーカー：RAREWARE／
機種：北米版N64／
価格：59.99ドル／
発売日：2001年3月5日



毎回オープニングでN64のロゴはチェーンソーでたたき割られてしまう。

Xboxを否定しているのは誰か

国内でXboxが売れていない。当然のことながら買う人が少ないからである。それならユーザーにXboxをアピールすべき立場の人間は、いまこの瞬間、誰に向かって何を言うべきなのか。

Xboxが日本国内で売れていないとすると、最も損害を被るのは……もちろんマイクロソフト（以下、MS）である。しかし、Xbox2、3と続けて発表することで「意地でも損をしない」長期的な戦略を選び得るメーカーのことである。たとえ今そこに危機があるとしても、それを危機として捉えていない可能性もある。

では逆に、Xboxの動向を直接肌に感じているゲームショップ、それも大手電器店ではなくゲーム専門店では現状をどのように捉えているのだろうか。東京都江戸川区にある「GAMESマーヤ葛西店」店長・秋谷久子さんに話を聞いた。GAMESマーヤは決して大きなショップではないが、独自にゲーム開発者へのインタビューを行いサイト上で発表し、体験会などのイベントも積極的に開催することでユーザーと密接に関わっていこうとしている。

また、この一年間あまり、Xboxの販売に力を入れていることで、他のゲームショップのあいだでもその名を知られている。

このハードはヤバいぞという予感がした

「Xboxは力を入れてるというか、応援しなきゃと思ってるハードなんですよ。たとえばPS2は、CMとかを見てるだけである程度ユーザーがわかってくれるんですけど、Xboxはユーザーに全然伝わってないんですよね」

その反面、やればやっただけの結果が出るのがXboxでもあると秋谷店長は語る。

「なぜかと言いますと、よそのお店がやってないからです。たぶん、すべてのお店がやればウチはそんなに売れないと思いますよ。他店がやってらっしゃらないから、そこに商機があるわけです」

他のゲームショップがXboxの比重を高くしないのは、現状では見返りが期待できないからだ。それでも「GAMESマーヤ」はXboxを売り続ける。

「売れていない原因は、端的に言って、値段の高さですよ。その高さの内容をお客様が分かっていない。やっぱりなぜこの値段で売っているのか、というのをまず伝えなきゃいけないんです。

ウチはたぶん、日本で最初にXboxのコーナーを作った店だと思います。Xboxというハード



店内でも目立つ場所にXboxコーナーが設けられている。外には『HALO』ののぼりもあった。

が出るというニュースが入ってきた時に『ウチはXboxやります！』って、『扱います宣言』をしましたから」

さっそく店内に専用のコーナーを設け、情報が入る度に公開したという。だが、客の反応はいま一つだったという。

「正直言って、お客さんにもっと喜んでいただけるかと思ってたんですが……。特に、昨年末に発売日が遅れても、それ程お客様からの反応がなかったので、『このハードは危ないぞ』って思ってしまいましたね。これはよっぽど頑張っていかないとダメかなと。

そこでまず、過去に『DOA』シリーズを買ったことのあるお客様と、いままでに新ハード発売日に買っていただいたお客様にXbox体験会の案内状を送ったんです。けれどどちらも反応が薄くて。それで結局、全会員にもう一回DMを送りました。とにかく知識を持ってもらうという目的で。それで『DOA3』の大会をやったりして、少しずつ盛り上げていって、そのピークを発売日に持っていったんですね」



「伝えること」の難しさと楽しさついて語った秋谷店長。Xboxへの愛情は並々ならぬものがある。

その結果、GAMESマーヤでは2月末までにXbox本体在庫の8割を消化できたという。

「だから各店がきっちりやっていけば、売れるはずなんです。専門店だからこそできるアイデアってあるんですよ。独自で開拓していけば絶対売れるんで、専門店はぜひ独自の展開をなさって欲しいですね。お客様って、やっぱり背中をポーンと叩いてくれるのを待っていらっしゃいます。各店でお客様を育てていかないと業界自体もダメになっちゃいますよ」

果たしきれていない それぞれの役目

SHOP

「Xboxが売れていないのは、ショップの責任ですよ絶対に。だからPSで慣れてしまってたんですよ、お店が。並べりゃいいんじゃないんですよ。そんな甘くないですよ、こんなに高価なものなんですもん。いろんな情報教えてくれるお店と、知らん顔して相手してくれないお店だったらどっちへ行きます？　やっぱり相手してくれて同じ仲間がいる店で買いたいって思うじゃないですか。専門店でしかできないことですよ。私たち専門店がやり得る分野じゃないですか。それを活かさないでどうするのって思います」

他店と同様、MSにも売る気がないのではないかと疑ってしまいたくなることもあるという。

「宣伝一つしても、なぜ渋谷で？とかね。『コアユーザーにきっちり売りたい』って、じゃなぜCMにドラゴンアッシュなの？　なぜ秋葉原のお店を取り込もうとしないの？　もう、クエスチョンマークばかりでしたからね。だからそこらへんのチグハグさが結果として出てるんだと思いますよ。ホントに売る気ならば、みんな同じ方向を向かなきゃダメでしょ。

あきれたのはですね、私も怒ったんですけど、Xboxって大きいじゃないですか。ですから最初に専用の紙袋をいただいていたんです。でも途中で足りなくなってしまったんですよ。で、『切れちゃった』ってハピネットへ連絡したら、『ここからは有償になります』って。『ふざけんなぁ』ってなりましたよ。『有償でもいいから送ってよ』って言っても届くまでの数日間はないわけですよ。しょうがないから大きなビニール袋を買ってきて、それでしのいだんです。店内にXboxのスペースを作った時も、本体ケースのダミーが足りなくなって電話したんですよ。そしたら『有償です』って。結局は買ったんですけど、何かって言うとすぐ有償。ああいうのはやっぱりダメよね。発売日ってお祭りなんだから、お店に対して販促品はケチらないでどんどんあげ

なきゃ。みんな嬉しいことなんだから。発売から2ヶ月しかたってないハードとは思えないですよ、この暗さは。なんとかもっと明るくいろんなコトやらないと。

極端の例ですけど、PSが発売される時には、当時の社長が各ソフトメーカーに頭を下げられたと。仮にビル・ゲイツさんが直々に懇願されればですね、各メーカーのクリエイターたちも心動くんじゃないでしょうか。だって皆さん作りやすいっておっしゃってるんだもん、実際。彼らの心を揺さぶることが大事です。デジタルのモノを売ってるくせに情に訴えることが大切ですし、とにかくハートをつかまえなきゃ。それはトップだろうと現場の人間だろうとみんな同じなんですよ」

実は、これが本来の売れ方なんです

このままだと、一年後にはXboxを取り巻く状況はかなり厳しいものになるだろう、と秋谷さんは警鐘を鳴らす。

「そうは言ってもですね、始まったばかりなんで投げ出すこともできないし、私としては応援していくしかないです。これが本来の売れ方なんですよ。PS2の売れ方が異常だったんです。あれはDVDの再生機として買われているお客様が多かったから。絶対みんな勘違いしてる。PS2の発売当初の売れ方と比べたら何分の一、何十分の一かも知れないけれど、でもそれが普通なんです。ゲーム市場なんてまだまだちっちゃいものですよ。でも、逆にそれだけ伸びる可能性があるんだと思って頑張らないと。ただやっぱり、MSも夢のあることを言わなきゃダメですよね。サードパーティに関する情報もどんどん流さなきゃ。でもね、『情報が少ない』ってMSに言ったら、アメリカの会社って決まったことしか言えないんだって。『かも知れない』って話を言ったらダメなんだって。だから、『契約を済ました段階しかお話できません』ってはっきり言われましたから。そこらへんが日本との違い。そこがXboxの難さなのかも知れませんね」


『HALO』の体験会には小学生も参加していたという。大人よりもすんなりと3Dゲームに馴染めるようだ。

発売前から予想されていたように、アメリカとのゲーム風土の違いが日本国内でのXboxの不振に結びついた。しかし、それは日本のゲームユーザーと海外から入ってきた本体やソフトとの間に横たわる問題ではないと、秋谷さんは話された。まず、それはゲームショップとMSや問屋との間にあるのだと。

「比較広告とか、アメリカ流のやり方で（Xboxを）売っていくというのならそれもいいと思うんです。ただそうするなら、具体的な方法を私たちショップに教えていただきたいんです」

まずはMS―問屋―ショップが連携するやり方を考えるべきだと言う。そして相互に情報のやり取りを行わなければならないと。

「今はまだまだメーカーとの間が遠いんです。ウチはうるさいですからどの会社に向かってもガガッって言っちゃいますけど、そうじゃないお店もあるじゃないですか。やはりダイレクトにいろんな話が聞けるところ、なんでも相談できる窓口を作っておいた方がいいと思いますけどね。メーカーがもっと近くならないと。もっと提案がしやすくならないと」

（取材・構成／編集部）

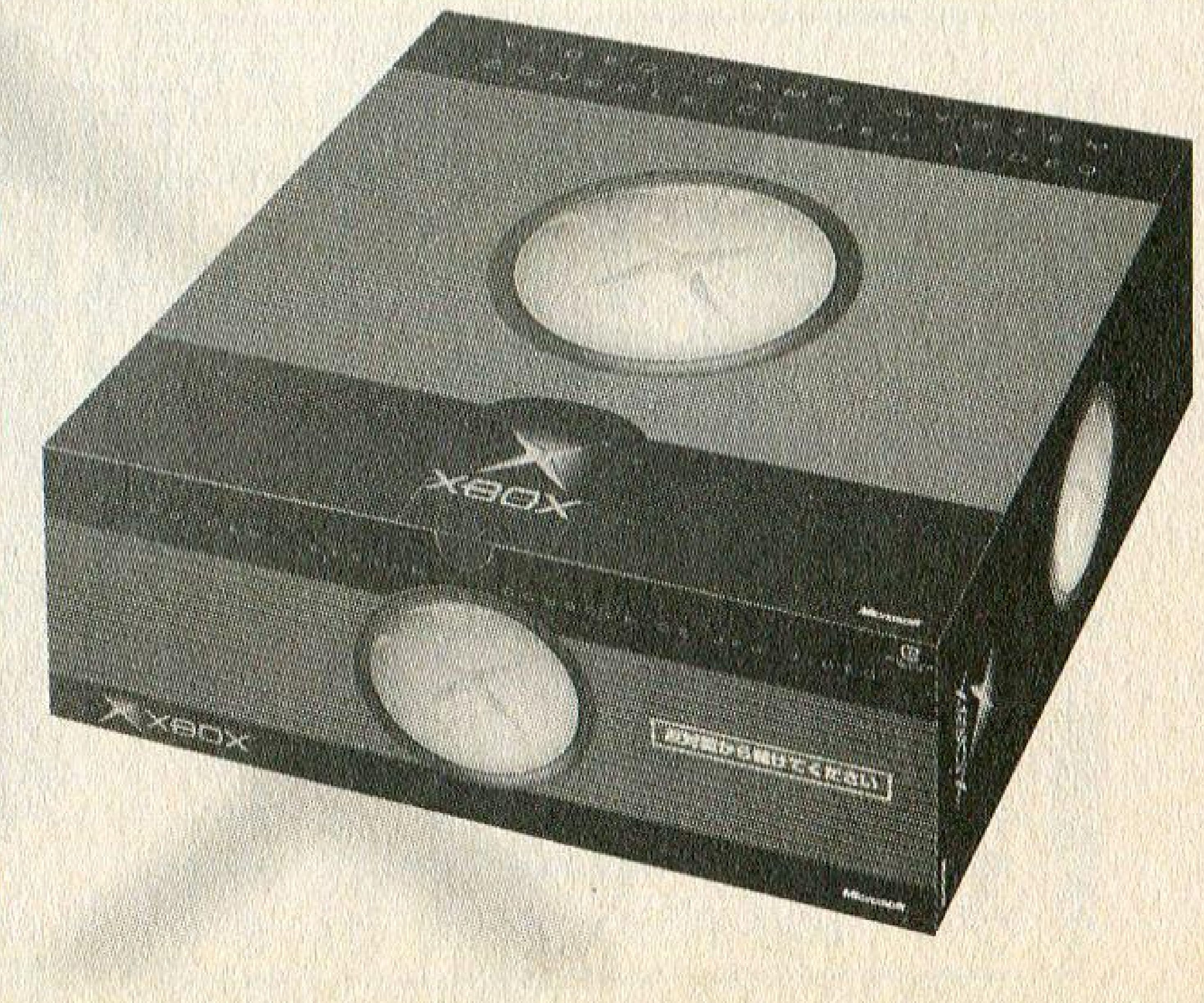
Xboxが小売店に与えたもの

お店の人達の苦悩の日々……置く場所にさえ困るのだから、売るのはもっとキビシイ?!

発売以来、さまざまなところで物議を醸し出しているXbox。その物議というのもユーザーをもとよりショップの方々にも影響を及ぼしていそうです。というよりも、ショップの方々のほうが怒ってる? なにせ、あの大きさであの重さです。ゲームショップで働いた経験がある人ならご理解できると思いますが、ゲームハードの在庫はそんなに置いておけないものです。倉庫がある大型量販店ならいざしらず町の小さなゲームショップならXboxは置けて3台くらいなのではないでしょうか。仮に置く場所があったとしても、あの大きさですし、なによりも売れていないですし……一部のショップの方からは「邪魔!!」という率直な意見を聞いてたりします。さらに、大きいということは店のディスプレイにも影響を与えます。あの大きさは売り場確保のためなの? 疑いたくなってしまい、それが。売れないのにデカイからわざわざディスプレイのメインに持っていけないよ! という悪循環スパイラルに入っていってしまうのです。Xboxをメインにディスプレイしてるお店もあまり見かけないのは、日本のお店の敷地面積を無視したXboxの大きさに問題があったのでしょう。本体はともかく、箱くらいは小さくならなかったものでしょうか。

小さいお店にはフォローはないの

さんざんと叩かれていた〝傷問題〟ですが、マイクロソフトが叩かれてるだけならまだしも、その余波はお店にも回ってきます。商品を買ったお客さんが「どうなの?」と質問をしに来店するのは不思議なことではありあません。なのに、マイクロソフトは「仕様です」みたいなコメントを出してしまうのです。ということは質問にきたお客さんに「傷がついても誤作動しないからそのまま使ってください」と言えと?! あまりに配慮にかけた言葉です。さらに〝傷問題〟に対して販売中止を発表した大型量販店に、発表したその日にマイクロソフトの方が謝罪にいって、その翌日には中止が解除されたといった話しもあります。元小規模ゲームショップ店員としては、「そうじゃないでしょ」といって置きたいです。荒業のできる大型量販店ではなく〝販売中止〟なんてことができない小規模店にこそ配慮してくださいと。



PROFILE

櫛引直樹(くしびき・なおき)

元ゲームショップ店員のライター。Xboxを見るたびに店員だったら大変だろうなと思う日々。あの箱を入れる袋なんて、めったなお店にはないんじゃないの?

ゲーム批評読者はXboxをこう見ていた!!

コアなユーザーの代表の「ゲーム批評」読者のXbox評。
始まるまえから、負ける予感たっぷりですよ……

購入しますか？しませんか？

発売直前に「ゲーム批評」読者はXboxをどのように捉えていたのでしょうか。「ゲーム批評vol43」アンケートハガキで寄せられましたご意見をデータにしてみましょう。

まず、単純に当時Xbox購入を予定の有無としてグラフ①のような結果がでています。購入予定有：19%、購入予定無：81%。約8割の人達が買う予定はないと答えています。「ゲーム批評」の読者の皆様はマイクロソフトが一番期待していた〝コアなユーザー〟と被ると思うのですが、この数字です。マイクロソフトの思惑と「ゲーム批評」読者のギャップはどこにあったのでしょうか？　次に、グラフ②を参考にしてみましょう。〝その他〟という不確定要素を含む意見を除けば、〝ソフト次第〟・〝様子見〟・〝値段次第〟・〝本体に問題アリ〟と続きます。

主な意見としては、

値下げまで待つ（**東京：殿岡良介**）

あのデカさはどうにかならない？

（**群馬：風の中のマリー**）

今後面白いソフトが発表されれば……というのはある

（**千葉：神取ルキユ**）

購入予定はないけど、マイクロソフトのソフト次第で変わってくるかも

（**岡山：ハートフル**）

などなどです。ということは、「ゲーム批評」読者がXboxに対してまったく興味がなかったわけではなくて、「面白いソフトがあって、値段が手ごろで本体がもうすこしコンパクト」であったならば、購入比率が変わっていたのかもしれません。

ただし、「面白いソフトがあって、値段が手ごろで本体がもうすこしコンパクト」という部分は現実的ではありません。本体が大きすぎたという点はともかく、〝値段〟と〝面白いソフト〟という部分は一筋縄ではいかないものですし、〝値段〟に関しては、スペックからの比較では「安い」とはいかないまでも「妥当」と感じていた人も多いでしょう。だとすれば、Xboxが〝コアユーザー〟を取りこめなかった最大の誤算は〝面白いソフトがあって〟という部分に集約されていきます。

気になったソフトと買いたいソフト

そこで、グラフ③です。購入を見送る予定の方々の「本体は買わないけど○○は気になります」といったご意見の比率です。本体を購入させるには至らなかったものの、本体購入を意識させたソフトたちです。

パンツァードラグーンの新作をプレイしたい

（**京都：佐和剛史**）

今年はたぶん買いません。『ジェットセットラジオフューチャー』（以下『JSRF』）には心引かれますけど……（北海道：ダミンハ）

それでも『デッド・オア・アライブ3』（以下『DOA3』）はやってみたい　（北海道：高等遊民）

こういった意見をまとめてダントツの一位の『DOA3』から『JSRF』、『クレイジータクシー3』と続きます。

次に、グラフ④です。こちらは本体購入を予定していた方々の気になるソフト群。恐らくは本体と同時に購入しているソフトです。ここでも、グラフ③と同じように『DOA3』と『JSRF』が1位と2位になっています。この結果をみれば『DOA3』、『JSRF』が、〝コアなユーザー〟にとっては比較的魅力的なソフトであることが分かります。

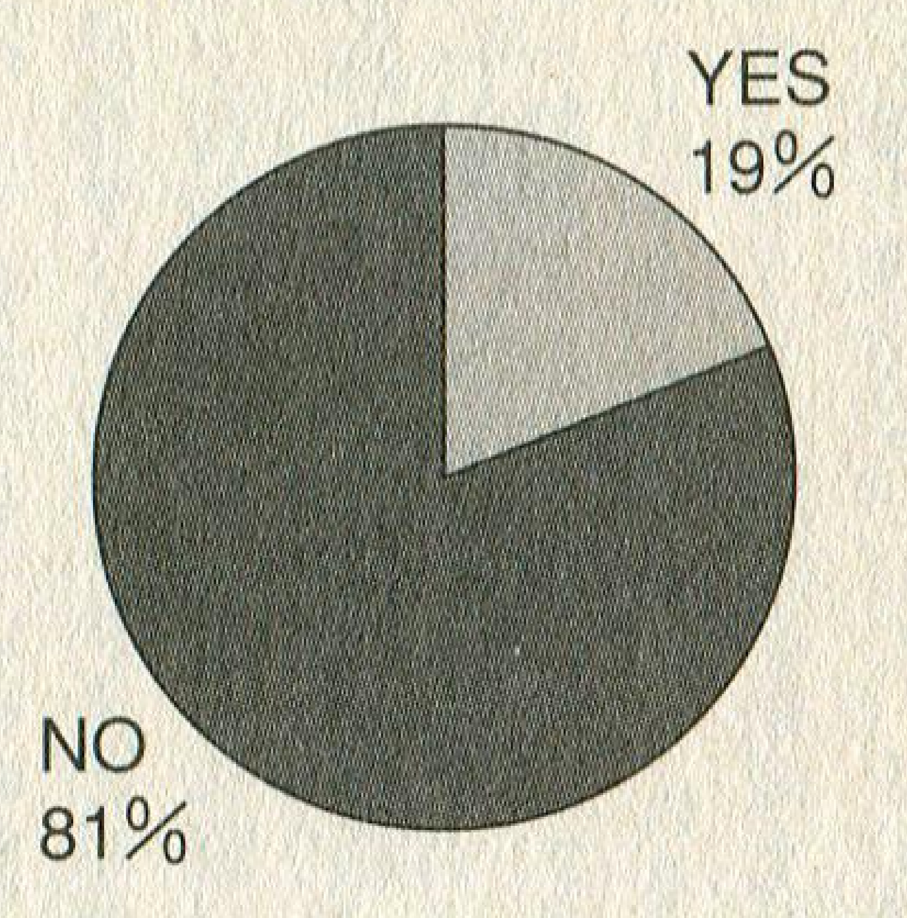
ここで問題が浮かびあがります。グラフ③、グラフ④で『ねずみくす』をはじめとした、マイクロソフトから発売のタイトルがあがっていない点です。発売当初の『ねずみくす』のマスコミへの露出はただ事ではありませんでしたし、人気アイドルが主題歌を歌うなど話題性もあったはずです。しかし、〝コアなユーザー〟は見向きもしていなかったということでしょう。

さらに、Xboxの本当の意味でのキラータイトルであった『HALO』はというと、こちらもまったく名前が出てきてません。'01年4月に行われたゲームショウでの〝ぶっ放しシューティングアドベンチャー〟というジャンルを見てノーマークにしてしまった人が多かったということでしょうか？

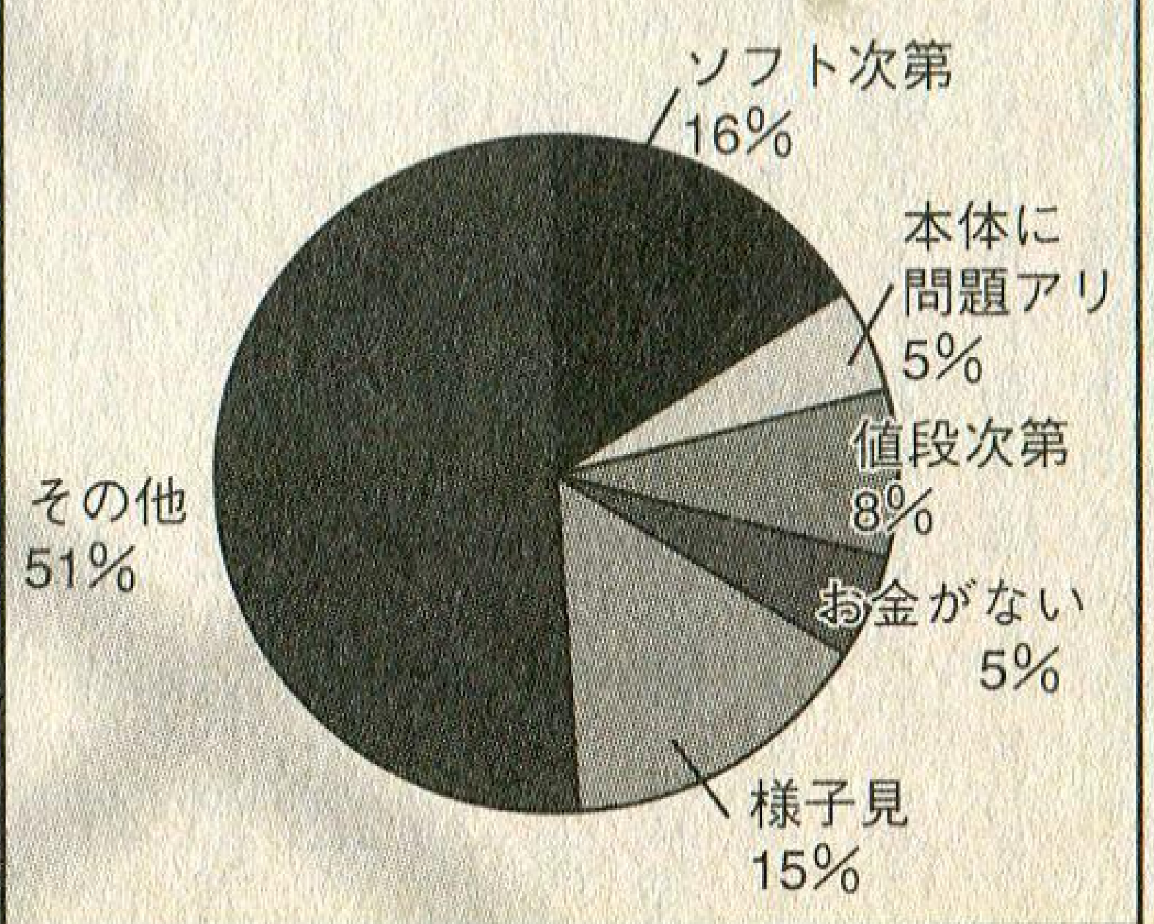
（編集部）

読者アンケート結果

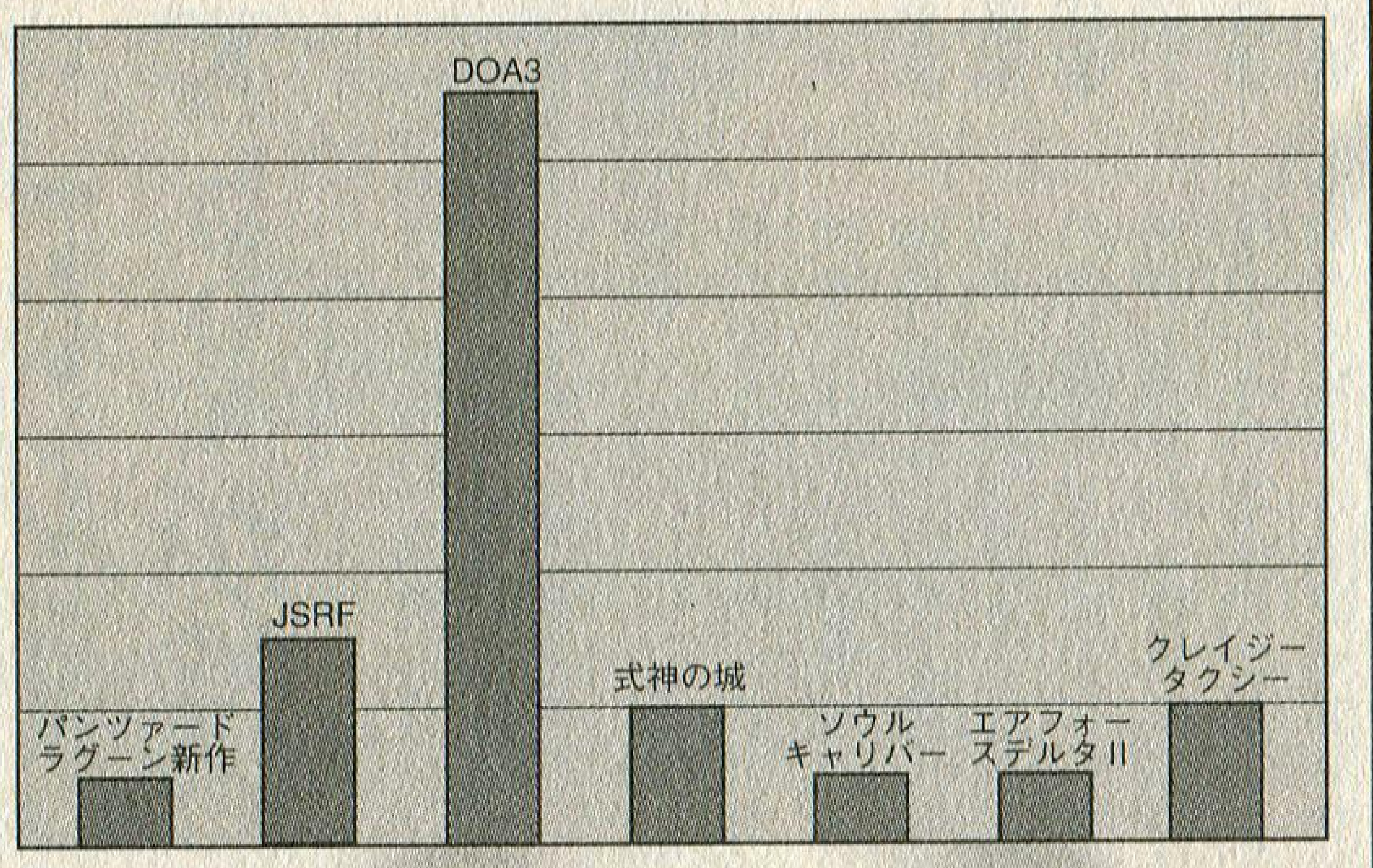
グラフ1　Xboxの購入予定はありますか？



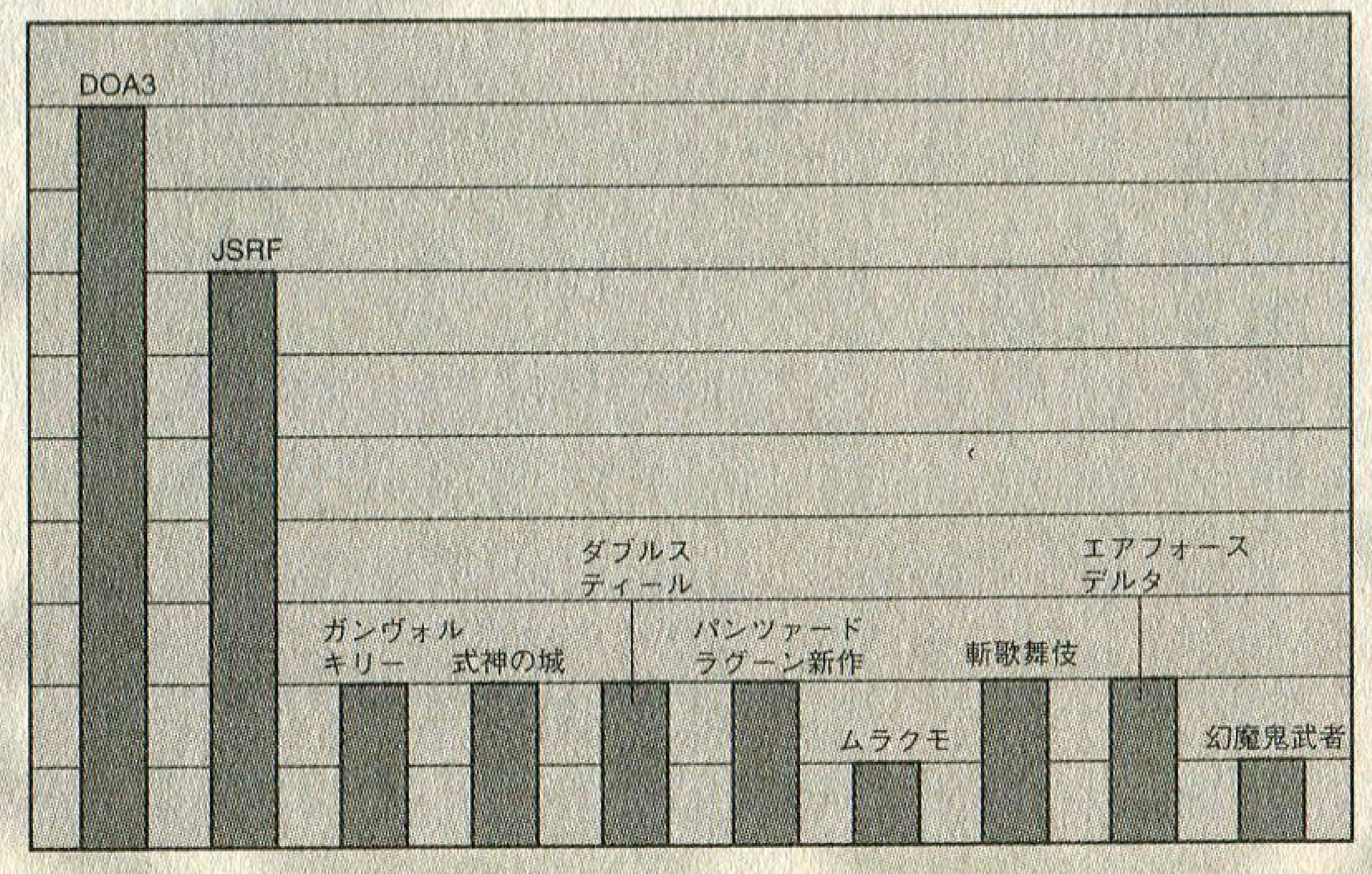
グラフ2　Xboxを購入しなかった理由は？



グラフ3　気になるソフトはなんですか？　本体購入予定のない人の場合



グラフ4　気になるソフトはなんですか？　本体購入予定のある人の場合



ビル・ゲイツは立ち上げの敗北を決して認めない ～Ｘｂｏｘが持つ有利な材料～

シェアを取るまで戦う
これまでマイクロソフトはその戦略を取ってきた。もちろんＸｂｏｘも同じであろう。そして、そのバックには豊富な資金力があることも忘れてはならない

Ｘｂｏｘにとって日本の状況は厳しい。ヨーロッパでも最初の立ち上げにも失敗したといえる。マイクロソフトは撤退にまで追いつめられてしまうのだろうか。私はその意見に対して、簡単にイエスとはいえない。Ｘｂｏｘにとって有利な材料も存在しているからだ。

重要なのは、北米の大手パブリッシャーは、Ｘｂｏｘに対して悲観的な状況ではないことだ。日本とは大きな温度差が存在している。

現在、ＰＳ２用の海外パブリッシャーのヒットタイトルは、カーアクションの『GrandTheftAuto3』(RockstarGames)が５７０万本、スケーボーゲームの『トニー・ホークス・トップスケーター・プロ3』(Activision)が２１０万本、アメフトの『MADDEN2002』(ＥＡ)が２１０万本という好調さを達成している。ところが、これらの知名度は日本では極端に低い。

実は海外パブリッシャーは日本メーカーの圧倒的な強さから、日本市場での販売をほとんど諦めているという実情がある。ある海外大手パブリッシャー幹部は、「最初から、日本での販売結果を期待しないで開発している」とＧＤＣ２００２の席上で語った。

3社が採用する「レンダーウェア」

この好調な結果は、北米１１３０万台、欧州８８０万台と、すでに２０００万台市場を達成した市場規模によって生み出されたものだ。しかし、注意が必要なのは、この3タイトルはすべてマルチプラットフォーム戦略に基づいて開発されている点。3タイトルとも、英クライテリオンソフトウェア提供の「レンダーウェア」というミドルウェアを採用しているのだ。

この開発ツールは、ＰＳ２のゲームが持つ開発の難しさの原因でもある、グラフィック部分のプログラムを簡単なものにしてくれるという開発メーカーにとって大きなメリットをもたらしてくれる。

そして、もう一つ重大な機能を持っている。Ｘｂｏｘ、ＧＣ、ＰＣとデータの互換性が高いのだ。つまり、「レンダーウェア」で開発されたソフトは、あまり大きな作業をすることなく、すべての他のプラットフォームに移植することができるのである。

事実、すべてのソフトがＸｂｏｘで移植予定、もしくはすでに発売されている。そして単なる移植にとどまらず、グラフィック面とサウンド面での強化が容易なため、どのタイトルでも、ＰＳ２版よりもＸｂｏｘの性能をフルに生かしてグレードアップされている。今後、北米、欧州では、ＰＳ２版とあまり差をつけない日程でリリースされると考えていいだろう。そして、レンダーウェアを採用するメーカーは現在も増え続けている。

さらに、ネットワークへの対応が始まると、Xboxには有利な材料が増える。マイクロソフトのゲーム開発用ツールDirectXは、PCで培われた技術のために、ネットワークに現在でも完全に対応させて開発することができる。PC用に提供されているネットワーク対応のゲームで、これを使っていないゲームはほとんどなく、その技術がXboxにはそのまま転用できるのだ。EAが世界的なシェアを持つスポーツゲームのPC版は、ほとんどネットワークに対応している。それがそのままXbox版になると考えてよい。

ところが、PS2向けの環境整備は今からである。PS2の大きな問題点は、搭載しているメインメモリが32MBしかない点だ。リリースされているPS2Linuxキットを使って、OSを立ち上げてもネットサーフィンをするブラウザを使うことも難しいぐらい非力な環境であるという現実がある。そのため、根本的にネットワークゲームを展開するには、カスタム化したプログラムを提供作成することが必要になる。

そのため、2倍の64MBのメインメモリとハードディスクを標準で搭載しているXboxに比べ対応が容易でないと考えられている。また、ハードディスクユニットを購入しなければならないため、実質的にユーザーに約1万円の追加出費を求めなければならないことも、不利な条件となる。

グラフィックが美しく、サウンドが強化され、ネットワークへの対応が進んできた場合、ユーザーの選択肢にXboxが入る可能性は捨てきれない。北米、欧州は安定した経済成長をバックに、ゲーム市場も順調に拡大しており、日本のように冷え込んだ状況にはない。そのため、新たにエントリーしてくるユーザーの選択肢に、Xboxが入っても不思議はない。



コンスタントな数字を残しているスポーツゲーム。しかも、3機種で発売されれば、性能比較も分かりやすく、Xboxにとっては有利にうごくはずだ。

数千億円の赤字にも耐えられる豊富な資金

ただし、マイクロソフトがXboxを普及させるために必要な資金は、途方もないものになると思われる。すでに販売価格の切り下げ競争が行われているため、Xboxは1台売るごとに、赤字が増えていく状況と見られている。SCE自身が生産をしているPS2に比べ、XboxはインテルやnVIDIAといった外部の企業から半導体チップを購入しているため、製造費を引き下げるのはそれほど容易なことではない。かつて、セガがサターンやドリームキャストで直面した赤字にどれほど耐えられるかという勝負になってくる。

しかし、マイクロソフトにはお金がある。6月末に決算をむかえるマイクロソフトの年間売り上げは、約290億ドル（約3兆7000億円）と、'01年度7兆5000億円のソニー全体の売り上げの半分と予想されている。ところが、恐ろしいことに営業利益は、約117億ドル（1兆5000億円）というとんでもない額になる予想だ。ちなみに、ソニーは1346億円である。つまり、全体に投資ができるお金は有り余るほど残っている。体力がなくなって、事業を中止に追い込まれる可能性は低い。1年目のXboxが生み出すであろう数千億円の赤字にもマイクロソフトは余裕で耐えられる。

IEが、ネットスケープを壊滅するまで戦い続けたように、ビル・ゲイツは簡単には引き下がらないだろう。また、インターネットビジネスで遅れを取っている松下電器が、マイクロソフトと密な接触に動いているという噂も飛んでいる。'05年以降のブロードバンド時代をにらんで、家電製品の中心にPS2を位置づけようとするソニーと、ほぼ同様のサービス「.NET」にXboxを位置づけるマイクロソフトとの主導権争いは簡単には決しないだろう。

新清士（しんきよし）：ゲーム業界を開発者の視点と、産業論の視点から追い回しているノンフィクションライター。
http://www.jgdconf.com/sakugetu/

第1特集総論

Xbox玉砕の理由

いさぎよく負けている場合じゃない!!

実際の〝戦闘〟以前の段階で勝敗が決したことは数多くある。戦いの場を迎えるまでが勝負ともよく聞くものだ。

今回のXboxはまさに、勝負の前に負けていたのではないかと思えて仕方ない。Xbox事業部事業部長大浦氏をはじめとしたマイクロソフトの方々の言葉からは的外れともとれる言葉が相次ぎ、開催されるたびに、内容が薄くなっていく発表会。『ねずみくす』のパブリシティ展開では、当時の『ピクミン』の展開を意識してかゲーム性とは全く無関係な挿入歌に人気アイドルを起用、CMではまったく訳が分からない。しかも、発売されてみればゲームとして成りたっていない。ライトユーザーへのアピールソフトだったのだろうが、結果としてコアユーザーの失笑を買うだけの結果となった。

『ねずみくす』の発売元がマイクロソフトだったのも問題だ。もともとゲーム業界ではないマイクロソフトだけに、最初の判断材料としては最低だった。セガがMDで『おそ松くん』を出したとしても、それまでの貯蓄がある。いずれは『ファンタジーゾーン』クラスのソフトを出してくれるだろうという期待も持てる。しかし、マイクロソフトにはその期待値がない。「『ねずみくす』＝やっぱりゲームを分かってない」と取られても仕方がないのだ。

しかも、傷問題で日本のコアユーザーに対する接し方を失敗したのも問題だ。後々問題が生じるであろう初期ロットを買うということはそれだけの思い込みを持っているからだ。そういったゲームハードへの思い入れを裏切ったのである。PS2ならば傷問題がここまで大きくなることはなかっただろう。だが、Xboxはコアユーザーを狙っていたハードである、それならばコアユーザーへの配慮を忘れてはならない。

玉砕とは「いさぎよく負けること」である。Xboxはいさぎよく負けていてはいけない。ドロ臭く生き残っていかなければならないのだ。幸いアメリカではある程度の地位を得ている。日本で発売されているタイトルは大作ではないが良作であるものが多い。あとは、的確な舵取りを期待するばかりである。（編集部）



ユーズド・ゲームズとナイスゲームズが合併してリニューアル!

緊急デフレ対策!!
安くて旨いゲームを探せ!

SIMPLE1500シリーズやPSoneBOOKをはじめとして、数多くのソフトタイトルが存在する低価格ソフトたち。シリーズの種類も二桁をはるかに超えて、もはや簡単に一まとめにすることはできない大きな市場となった。そんなソフト群の中から「こんな名作ゲームが1500円ででてるの?」「この値段ならこの内容でも悪くない」といった埋もれているゲームを発掘。徹底的に紹介しよう!

これがファミコン伝説だ!
元祖ゲーム機にこめられた任天堂魂

ゲーム業界を確立させた最強のハードメーカーにして、最強のソフトメーカーである任天堂。その揺るがない信頼度の高さは「おもちゃ精神」を忘れないゲーム作りに由来する。そしてそれは出世作となったファミコン時代から変わらないのだ。今なお続く任天堂の魂の根幹を、マリオやポケモンだけではない任天堂の魅力を、ここに伝えよう。

隔月刊 新作だけがゲームじゃない! 時代を超えるゲーム専門誌

ユーゲー

No.01 2002

定価 860円

奇数月20日発売



美食倶楽部バカゲー専科外伝

謎のゲーム魔境 3 ゾルゲ市蔵・著

3のメインは夢を描いたマシン・MSX。日本のビルゲイツ? の野望とビジョンの先には何があったのか? 初公開の情報を含めて大特集! また絶好調の大問題紀行編も同時掲載。

定価:本体980円+税

発行:キルタイムコミュニケーション
〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル 販売営業部 TEL. 03-3555-3431 FAX. 03-3551-1208
※弊社ではただいま通信販売はおこなっておりません。書店様を通じての販売のみとなりますので、既刊品切れの際は、お手数ですがお近くの書店様へご注文ください。

最高裁の判断下る!!
中古ゲームソフト裁判判決レポート

**ついに判決がでた中古ゲームソフト裁判
その内容はいかなるものだったのか?
そして、その判決が及ぼす影響とは?**

4月25日15:30

これが4年間争ってきた結論なのか? そんな疑問を持つほど幕引きは簡素なものであった。'02年4月25日、場所は最高裁判所。

「本件上告を棄却する」

この井嶋一友裁判長の一言で中古ゲームソフト裁判は解決をみた。この結論がどのような見地から導き出され、そして今後どのような影響を招いていくのだろうか?

判決の理由を読み解く

今回の裁判でのポイントは3つあった。

①ゲームソフトは映画の著作物である
②頒布権が発生している
③頒布権が消尽しない

この3つの要素すべてがそろえば、メーカー側の主張の通りであり、ひとつでも当てはまらない場合には販売店側の主張が通ることになる。ではこの3つのポイントに対して今回の判決ではどのような判断が下されているのだろうか。

判決理由の興味深い部分はここだ。

・ゲームソフトが著作権法2条3項に規定する「映画の効果に類似する視覚的又は視覚的効果を生じさせる方法で表現され、かつ、物に固定されている著作物」であり、同法10条1項7号の「映画の著作物」にあたるとした原審の判断は、正当として是認することができる。

さらにこの部分

・本件のように公衆に提示することを目的としない家庭用テレビゲーム機に用いられる映画の著作物の複製物の譲渡については、市場における商品の円滑な流通を確保するなど――中略――当該著作物の複製物を公衆に譲渡する権利は、いったん適法に譲渡されたことにより、その目的を達成したものとして消尽し、もはや著作権の効力は、当該複製物を公衆に再譲渡する行為には及ばないものと解すべきである。

以上の2つの文章が示すものは、前述したポイントに照らし合わせると、「ゲームソフトは映画の著作物にあたる」、「映画の著作物であるのならば頒布権は当然発生している」、「頒布権は発生しているが、消尽している」ということになる。

ここで最も重要な点は「頒布権が消尽している」ということだ。これによって前述の③が満たされずに、販売店側の勝訴が導き出されている。この判断は、ゲームソフトだけに留まらない可能性を含んでいることも忘れてはならない。

今後のゲームソフト

　今回の判決がもたらすものは販売店やメーカーだけではなく、もちろんユーザーにも関わってくるものだ。これからは、ユーザーが合法的に中古ゲームソフトを購入することができるようになる。購入したくても新品が販売されていない、といった古いゲームソフトを好むユーザーは、判決に胸をなでおろしていることだろう。しかし、判決後のテレビゲームソフトウエア流通協会（ARTS）側の記者会見では、「中古販売が認められたことで新品ソフトの値段があがるのではないか？」という疑念が詰めかけた記者から上がっていた。この疑念が実現してしまうかは定かではないが、「新品の販売」・「中古製品の販売」・「ソフトの譲渡売却」この3つの歯車の舵取りは細心の注意を払わなければ、パワーバランスが崩壊しかねない。新品が売れない→譲渡売却が行われない→中古の販売も停滞する。こういった最悪のシナリオが展開されることだけは避けなければならない。そのためには、ユーザーの立場を考慮した上で、メーカーと販売店側の話し合いを期待したいところだ。



中古撲滅キャンペーンで登場した「NO RESALE」のマークは消えることになった。

ゲームソフトだけの問題ではない

　最後に、「中古ゲームソフト裁判」の判決に最も影響を受けた（受ける可能性がある）のはDVDソフトだ。「頒布権は発生しているが、消尽している」という理由は、同じ大量生産で公衆に提示することを目的としない家庭用DVDソフトはゲームソフトと同じと解することが現実的となる。つまりは、ゲームソフトの中古販売がOK＝DVDソフトの中古販売OKととれる凡例となってしまっているのだ。4年に渡って争われてきた「中古ゲームソフト裁判」は、頒布権の消尽という問題においては今後の凡例として扱われる程度の判決となったのではないか。

　しかし、これでゲームソフトの持っている問題がすべて解決したわけではない。インターネットを使用したゲームのアップロードやダウンロード、DVDRやCDR使用した違法コピー。あるいは本体の改造、メモリーカードのゲームデータの改造などなど。頭が痛くなりそうなほど問題はでてくる。〝販売〟という項目だけで4年かかったのだ。これらの問題を法的に解決していくとするのは簡単なことではない。新品であろうと中古であろうとゲームを買うのはユーザーである。買った以上、それぞれのユーザーが責任をもってゲームを取り扱っていくことが、現状では最良の対応策ではないのだろうか。法的にすべてが解決することなど不可能にちかいのだから……

頒布権とは？

頒布権とは、著作権法第26条に記載されています。

1　著作者は、その映画の著作物をその複製物により頒布する権利を専有する。

2　著作者は、映画の著作物において複製されているその著作物を公に上映し、又は当該映画の著作物の複製物により頒布する権利を専有する。

　この条文を見て分かるとおり、頒布権とは当初映画の配給を著作者が管理するための権利です。この権利を中古ゲームに当てはめるとすれば、著作権者だけがソフト（ゲーム・映画含む）の流通を管理できるという権利ということと考えれば分かりやすいでしょう。

ゲーム批評にひとこと　月刊化してください。（静岡県　金坂真次）

ARTS側記者会見レポート

勝訴はしたが……大きな問題は解決していない。今後のメーカーとの話し合いに期待したい。

勝訴したのはARTS側だが……

株式会社上昇代表取締役　金岡氏、株式会社アクト代表取締役新谷氏、株式会社ライズ代表取締役　上岡氏などが揃ったARTS側の記者会見では、勝訴したとは思えないような"泣き言"ともとれる言葉が目立った。判決に対しては「本判決を高く評価し、裁判所に敬意を表します」というコメントの出し、中古ゲームソフト販売を勝ち取ったことを表明してはいたが、こと販売店の現状については、その苦しい立場を強調していた。現在のゲームソフト流通の不自然さや、価格設定の理不尽さ、販売店の利益率の低さ（15％程度）など、中古ゲームソフト以上の問題を提示していたとも取れる。

さらに取材記者からの「ソフトメーカーとの話し合いはもつのか」という問いについては、

「（メーカーからの要望として）以前は頒布権を認めると話し合いにつくということでしたが、今回明確な決定がでたのでメーカーとも話し合いたい」

とメーカーとの対話の姿勢を表していた。さらに、注目されたDVDソフトの頒布権に関しても「劇場映画は特別だが、大量生産物であるDVDソフトはゲームソフトと同じだろう」という見解のようだ。

気になるユーザーのメリットとは？

中古裁判の判決が下ってユーザーにどのようなメリットあるのだろうか。ARTSの見解としては、

「下取り制度が若年層のユーザーを筆頭に最大のサービスになっていく。これからはゲームを売るコということに後ろめたさがなくなるだろう。さらに、中古商品はユーザーによって料金がコントロールされている市場原理が働いている」

などのコメントがだされた。

また、中古販売が認められたことで新品価格が高くなるのでは？という懸念に対しては、

「中古と新品があれば競争原理が働くはず、高くなるか安くなるかはメーカーの判断です」

とメーカーの対応に期待を込めていた。

判決から記者会見の流れを追ってみて、ゲームソフトの持つ問題点が何点も浮き彫りになったようだ。頒布権にしても元は映画の配給を基本とした著作権法だ。今後、現状の著作権法だけでゲームソフトの持つ問題を解決できるのか？

関係を見なおすチャンスではないのか？

ファミコンが登場して20年。「ゲームソフトは映画の著作物にあたる」と認められたように、趣味のひとつとして確固たる地位を築いたゲームという娯楽。ソフトメーカーも"企業"にもなった。ユーザー・メーカー・販売店、それぞれがお互いのポジションを考えるときではないのだろうか。現在の少々歪んだ状況が好転する判決であることが望まれる。

ACCS側の記者会見レポート

現状を転換させる具体的な方法は提示されなかった。それどころか、不安さえ感じてしまう……

さっそく新たな法整備を求める会見

社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会（以下、ACCS）は、ARTS側の会見から遅れること1時間後に都内で記者会見を行った。

会場に現れたのは、ACCS久保田裕専務理事のほか弁護士2名であった。ここでまず久保田氏から「結果として、私どもゲームソフト製作会社の主張が退けられる結果となったのは大変残念です」というコメント文を読みあげた。

また同じくこのコメント文で、デジタルの「コンテンツクリエイターおよびソフト製作会社の権利保護が重要」な時代に今回のような判決が出たことで、「現行法が対応できていないことが明らかになった」と述べ、「デジタル・ネットワーク時代に合った新たなルールづくりをゲームソフト産業界が率先して行い、それをもとに法制度を早急に整える必要がある」とも主張した。

ACCSとしての今後の具体的な活動は未定

しかし、今後の活動については「判決を読んでから」とし、販売店側との話し合いのテーブルにつく用意があるのか否かについても「CESA（コンピューターエンタテインメントソフトウェア協会）の判断に任せる」などとし、ACCSとしての具体的な方針は打ち出さなかった。

だが、久保田専務理事は「今後、ゲームはPCなどのネットワークゲームでの課金システムへと流れていくのではないか」と語り、パッケージソフトからの脱却を図ることで、中古ゲームショップと一定の距離を保とうという意志を暗に示した。こういった発言に、会場では、「中古問題だけにこだわりすぎてはいないか？」とACCSの存在意義を疑問視する声も上がっていた。

「情報を発信した側が、流通に乗せた途端にコントロールをできなくなってしまう」ことに対し、クリエイターおよびメーカーの側から疑問の声が上がるのはわからなくもない。

しかし、現実的であるかどうかは別として、最高裁判決の後になって、相手側との関係を一切絶つことを匂わせる発言をするのでは、本当にACCSが言うように「日本が世界で競争力を持つゲームやアニメ等のデジタル・エンタテインメント文化がますます発展するよう努力する」と言えるのか理解できなくなってしまう。

「ソフトウェアの定価が上がってしまう可能性はあるのか」との問いに関してはARTS側と同じく「各メーカーの判断に任せる」としているのだ。少なくともこの場では同様に（たとえ個人的な見解だとしても）、「パッケージソフトはいずれなくなる」とユーザーを無闇に不安にさせる発言は控えておいた方がよかったのではないだろうか。

ゲーム批評にひとこと　最初のころのハチャメチャさが戻ってきたようでうれしい。（岩手県　本城勝志）

エンターブレイン
正論無き主張

基本となる争い以上に
根の深い問題があることは
わすれてはならない……

さる4月9日11時30分、『ティアリングサーガ』に関する第5回目となる公判が開廷された。その内容は単純なものであった。

1．書面によるお互いの主張の確認
2．次回公判の日程の確認
3．今後の公判の見通しの確認

以上の項目以外には主だった動きは見られなかった（このなかで一番気になる今後の公判のスケジュールは、第6回が5月30日、第7回が7月15日）ただし、今回の公判のなかで唯一動きがあったとすれば、任天堂から「ハムスター倶楽部スペシャル」という雑誌が提出されたくらいである。

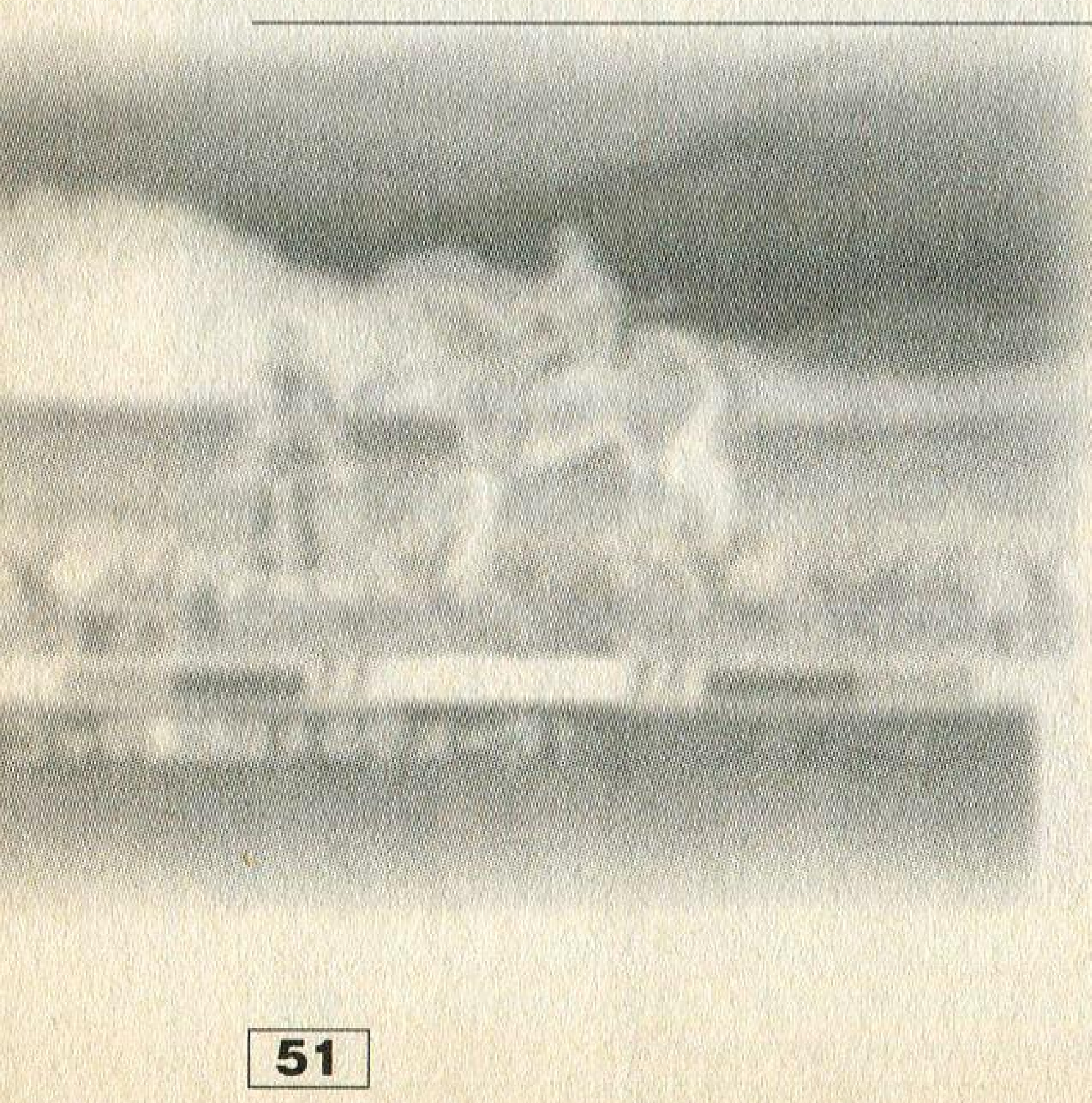
前述した「ハムスター倶楽部スペシャル」だが、現在の「とっとこハム太郎」を中心とした〝ハムスター人気〟を考えれば、いかなる目的で提出されたかは想像に難くない。

ここで、今回の裁判の論点を改めて問うてみたい。前号の「エンターブレインが犯した道義的大罪とは」に対する読者の皆様からは、「作品はクリエイターに帰属すべき」、「インテリジェントシステムズを退社したとしても加賀氏が『ファイアーエムブレム』（以下『FE』）の続編を作成するのは妥当」といった内容のご意見もいただいた。「ゲーム批評」が、〝作品＝クリエイター〟を否定しているのではないことをご理解頂きたい。我々が問題だと考えているのは、〝不正競争防止法〟であり、『ティアリングサーガ』をなんの問題提議もなしに販売したその姿勢なのだ。

中心となる制作者が同じならば作風が似る……この論理は理解できたとしても、なぜタイトルが『エムブレムサーガ』でなければいけなかったのか？ 作風が同じでもタイトルを変えることはいくらでもできる。それも〝タクティクス〟といったありがちな言葉ではなく〝エムブレム〟という商標登録されている言葉を使う必要が何処にあったのだろうか。

事実、『ティアリングサーガ』とタイトルが変更された'01年4月当時には、『エムブレムサーガ』は『FE』の続編と認知され、ユーザーに浸透してしまっている。エンターブレインが主張しているような〝作風の類似〟というレベルの話しではなく、ファミ通誌上の加賀氏のインタビューで『エムブレムサーガ』＝『FE』の続編と匂わせ、その目論見が浸透するとタイトルを変える。これが、クリエイター主導のゲーム制作なのだろうか？ むしろ、メーカーがタイトルの知名度とマスコミの媒体力を利用し、クリエイターを翻弄している。

〝『FE』を自由に創りたい〟と加賀氏が思っていたのならば、最後まで『エムブレムサーガ』で通すべきでははかったのか。それが問題なのである。



「ファミ通体制」は日本特有のメーカーとゲーム誌の力関係から生まれた

まず語るべきは体制の改革 クリエイター論に飛躍するのは問題を拡散させるだけである

もたれ合う方向に行わざる得ない日本

一般に雑誌は、書店で販売される収入だけで成り立っているのではなく、30～50%を広告収入によって運営している。また、書店に置かれた雑誌のすべてが売れるわけではない。発行部数の4割近いものは、発売期間が終了して、出版社に返品される。そして、すべて廃棄処分されることになる。

この事情は、ゲーム誌でも変わらない。大手メーカーの広告を継続的に取れるかということは、雑誌を安定的に運営していく上では重要なポイントになる。前号でご紹介した「ファミ通体制」は、ファミ通が広告を継続的に獲得するための体制でもあった。

ユーザーが求める情報の中心には、「新作情報」や「攻略情報」、そして、「タイトルの評価」といったものがある。それらの情報を早く手に入れて、雑誌掲載にこぎ着けることで、読者に対しての優位性を確保できる。また、それらの記事をメーカーの広告とタイアップさせることで、広告収入を確保することができる。表面が紹介記事で、裏面が広告になっている3ページの折り込みページは、その最たるものだ。

有力なタイトルについては、当然どこの雑誌も、早く新しい情報を手に入れたい。特集を組んで、広告も取りたい。そのため、日本のゲームメーカーは、雑誌よりもはるかに強い立場を作っている。どの雑誌にどういう記事を出すのかは、メーカーと雑誌社の力関係で決まる。例えば「ファミ通」が、特集を組みたくても組むことが難しいゲームも多数ある。

集英社の「週刊ジャンプ」に掲載されているマンガが元になったゲームや、同じく、火付け役になってきたエニックス「ドラゴンクエスト」シリーズ。同じく、講談社や小学館が版権を持っているマンガが元になったゲームもそうだ。「ファミ通」であればすべてのゲーム情報が有利に扱えるという状況にはあるわけではない。

また、記事は一般的に、書かれた後、メーカーに間違いがないかどうかのチェックを広報担当者から受ける。慣習として行われてきたことだが、現実にはメーカーの検閲に近いこともしばしば起きる。不利な情報を出さないように、強い圧力をかけるコナミといった大手メーカーが有名だ。スクウェアの場合も、過去、『レーシングラグーン』（99年・PS）を発売した際に、酷評をした徳間書店インターメディア（当時）に対して、『聖剣伝説～レジェンド・オブ・マナ』の新作情報を一切出さないということを行ったことがある。

各ゲーム誌は、大手メーカーの顔色を見ながら、情報を先にもら

い広告も獲得しつつ、評価を行わざるを得ない状況に置かれている。

日本では「ファミ通」といったゲーム誌に広告や記事を出す以外のプロモーションの選択肢はそれほどない。大量のＴＶＣＭといった戦略を組めるのは任天堂といった大手の一部だ。ゲーム誌にとっては、メーカーは重要なお客様であり、メーカーにとっては、広告に近い記事を書いてくれる広報的な存在でもあるのだ。その関係性は、どうしても癒着したものに近づいて行うしかない。

メガパブリッシャーとアメリカゲーム誌

ところが、アメリカの場合は事情が大きく違う。特に、メーカーと小売店とのパワーバランスがあまりにも違うのだ。それがゲーム誌の存在にも影響を与えている。

アメリカではゲームを販売する小売店はウォルマートといった巨大スーパーチェーン上位10社で90%近いシェアを持っており、寡占化がはげしい。例えば、ウォルマートだけでも、全米に3000店以上を持っている。

日本と大きく違うのは、ゲームメーカーは小売店に委託販売を行わなければならないということ。小売店が仕入れた後、実際に売れてからメーカーに支払いが行われるという仕組みになっている。さらに一定の額を支払わなければ、ソフトを置く棚の場所さえ提供してくれない場合も少なくない。そして、ゲームの値段が発売日後に変化する。2〜3週間経って、売れ行きの悪いタイトルはディスカウントが始まるのだ。

メーカーの立場は、日本よりもはるかに弱いのである。これが、アメリカで中古セールスが成り立たない背景にもなっている。全米の膨大な数の小売店に、委託販売でタイトルを納品することのできるメーカーの数はそう多くない。莫大な資金リスクを負う必要があるからだ。

そのため、アメリカでは、ＥＡ、アクティビジョン、ＴＨＱといった、一部の「メガパブリッシャー」と呼ばれる企業にタイトルが集中している。彼らは、数億円単位のマーケティング費用をかけて、大規模なキャンペーンを行って、タイトル販売する。その方法は、「コーラ」の販売方法と変わらない。メガパブリッシャーに、好調な販売結果は集中し、しかも製品寿命が長くなるアメリカ特有の売れ方が発生する理由だ。

こういう状態では、メーカーにとって、ゲーム誌は、ゲーマーに向けた情報提供手段の一つに過ぎない存在となる。

この力関係は、逆にゲーム誌がメーカーから独立して、強い立場を築くためにも一役買っている。もちろん、ゲーム誌はメーカーから広告を獲得するが、だからといって、メーカーに有利な記事を書くわけではない。主要なゲーム情報サイトGamespot.com（http://gamespot.com/）では、各ゲームについて5ジャンル10点満点平均のスコアで、タイトル評価を行っている。この評価が公平に行われるように、どのような基準で運用されているといったガイドラインも示されている。

もう一つ重要なのが、ユーザーも得点を投票でき、レビューも書くことができる。人気のあるタイトルでは、1万人以上の投票が行われ、全体の平均点も表示されている。ユーザーは、サイト評価とユーザー評価との差を理解することで、妥当性を知ることができる。こうしてメーカーへの公平性を保ちつつ、独立性を維持している。

以前、「ファミ通.com」では、インターネット上から、クロスレビューの結果ををタイトル名で検索できるサービスを行っていたが、現在は携帯電話の有料会員だけに限られている。クロスレビューをまとめた特集号の売り上げに響くことを避けたいからと見られている。さらに、ユーザーのスコア投票と比較できるサイトとなると、現在、日本ではそのサービスは存在していないのが現状だ。

参考として……
Gamespot.comのガイドラインのＵＲＬ
http://gamespot.com/gamespot/misc/userreview/explained.html

新清士（しんきよし）：ゲーム業界を開発者の視点と、産業論の視点から追い回しているノンフィクションライター。
http://www.jgdconf.com/sakugetu/

ファイアーエムブレム 封印の剣

ジャンル：SRPG／メーカー：任天堂／機種：GBA／価格：4,800円／発売日：2002年3月29日

村井良介　プレイ時間：87時間

真価を問われた本家の力『ファイアーエムブレム』の柱は失われたままなのか?!

SRPGの原点を背負いながらもシリーズを重ねる……その、矛盾ともいえるテーマをいかにクリアしていくのだろうか?



SRPGの原点でありながらシリーズの続編でもある

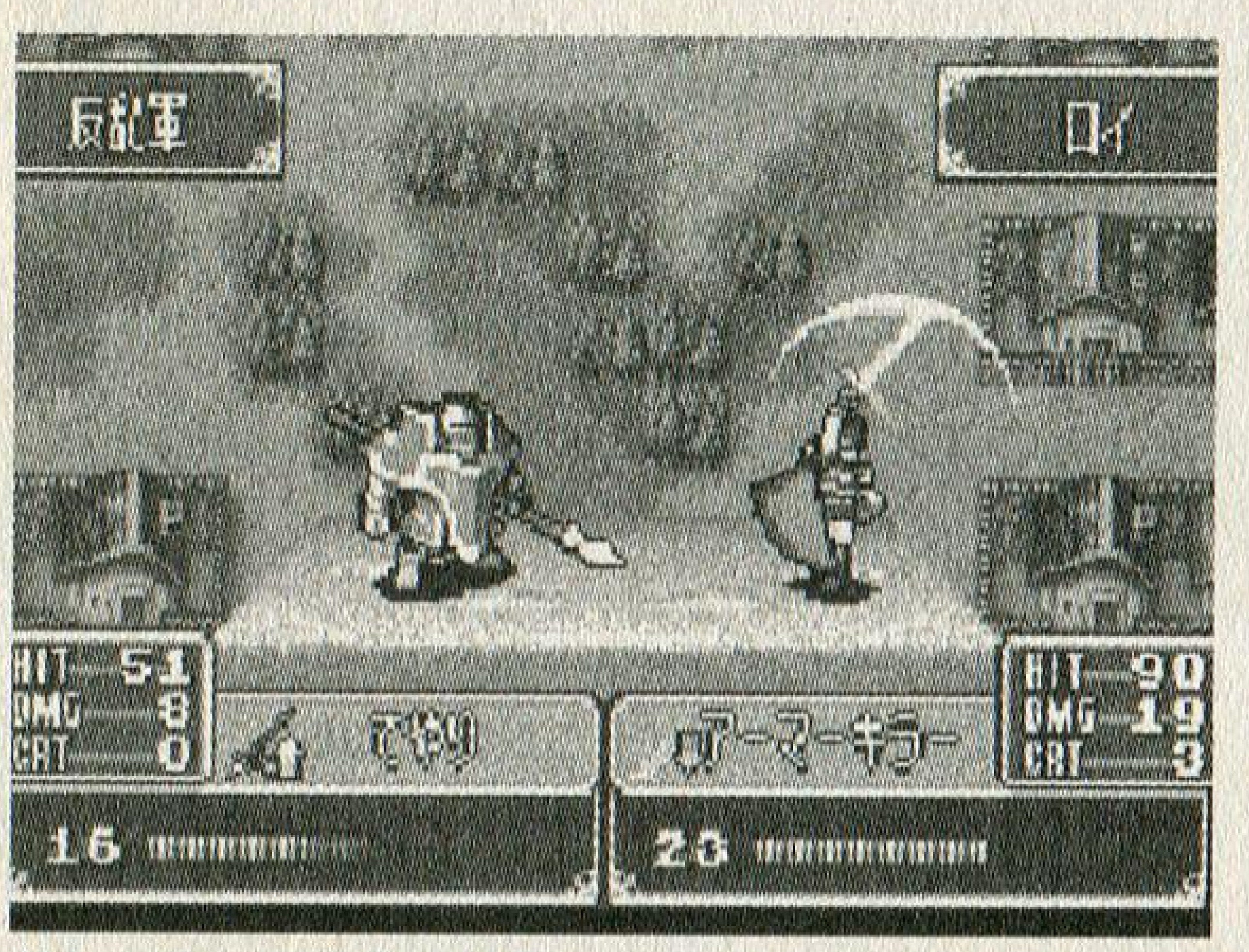
シリーズものは安易だ、としばしば言われる。もちろん安易な続編は巷に氾濫している。しかし、良心的かつ意欲的な続編を作ろうとすれば、それは安易どころではない。前作と同じだとマンネリと言われるが、シリーズのファンは前作のようなゲームをまた遊びたくて続編を購入するのだから、まったく違っていては意味がない。どこをどのように変え、どこは変えてはいけないのか。その落としどころを決めるには、そもそものシリーズがどういう作品であるのかを見極める制作者の洞察力が必要だ。『ティアリングサーガ』（以下『TS』）問題で渦中の人となった加賀昭三氏。『ファイアーエムブレム』（以下『FE』）シリーズの中心的人物であった彼が抜けて初めての続編となる『ファイアーエムブレム　封印の剣』（以下『封印の剣』）では、改めて制作者の作品理解が問われる。

『FE』シリーズはどういう作品なのか。『FE』は戦術SLGにRPG的要素を持ち込んだSRPGの草分けである。RPG的要素というのは、成長要素のことではない。戦術SLGの代表作『大戦略』にだって成長要素はある。RPG的要素というのは、ユニットを単なる駒としてではなく、RPGの登場人物のような個性を持ち、ストーリーを背負うキャラクターにした点だ。これによって、駒を使い捨てることを前提に一進一退の攻防を楽しむ戦術SLGとは異なる、味方を一人も失わずにクリアすることを目指す、新しいゲーム性を持ったジャンル、SRPGが誕生したのである。したがって『FE』では、味方が一人でも死んだら即リセットというプレイスタイルが定着している。これがゲームをどう変えたのか。戦術SLGでは全体的な戦局をにらみ、中・長期的な視点で、ユニットの生産などをおこなう。これに対し『FE』は、いま直面しているその局面をどのように打開するかが課題になる。全体の戦局がどんなに有利に進んでいても、ある局面で誰かが死ねば即リセットだ。歩兵が一部隊全滅してもマクロな視点からは大した意味はない戦術SLGに対し、『FE』はまさにキャラの生死こそが問題になるのである。つまり『FE』というゲームはミクロな局面の攻略の積み重ねで、マップをクリアするゲームなのだ。そのうえ、ダメージが常に誤差なく計算できるなど、結果が予想しやすいため、プレイヤーは、どうやったらその局面を乗り切れるかを、まるでパズルのように、1マス単位で試行錯誤する。

『FE』をこのように理解した上で、『封印の剣』の「救出」とい

う新システムに注目してみる。本作は全体に目立ったシステムの変更はない。救出システムも、広告や雑誌記事に大書されるような派手なものではなく、どちらかといえば地味な変更ではあるが、それは意味ある改良だと思う。救出システムとは、あるキャラが、自分よりも体格の小さいユニットを救出して運ぶことができるシステムである。運ばれているユニットは攻撃されないが、救出した側は、運んでいる間、技と速さが半減する。このシステムを利用すれば、文字通り窮地からの救出はもちろん、すでに行動済みのキャラを救出して、別のキャラが攻撃するための場所を空けたり、飛行系のユニットに強いキャラを運ばせて、一気に敵陣深くに投入したりと、局面での選択肢はかなり増える。

それだけ？　そう、それだけ。救出システムはゲームのミクロな部分にしか影響しない、小さな変更だ。しかし、まさにそのミクロな局面の積み重ねが『FE』というゲームだとすれば、局面においての思考の幅を広げるのは、実のある改良だ。ここに、『FE』というゲームについての制作者の理解度の高さが見て取れる。大幅なシステムの変更はせず、しかも遊び方を豊かにする。それは派手な新システムの導入で目先だけを変えるよりも、ずっと難しいことだ。本作はシリーズもの特有の難題への見事な対応ぶりを見せている。



新システムの導入の効果は大きかった。

マンネリと見るか王道とみるか……

システム面での成功に対し、シナリオ面ではストーリーやキャラ設定でのマンネリ化が目につく。たとえばルトガーというキャラの、無口でニヒル、長髪で美形、技と速さに優れた剣士という設定は、初代『FE』に登場したナバールとまったく同じ。主人公が似たような性格になりがちだというのは、まあ分かる。ペガサスナイト三姉妹も『ファイナルファンタジー』のシドみたいなものだと思えばまだ許せる。しかし、それ以外にもルトガーのように性格、容姿から能力まで初代『FE』のキャラと酷似したキャラが何人もいる。また、ストーリーもどこかで聞いたような話のつぎはぎだ。ことシナリオに限っては、変えるところと変えないところの見極めが保守的にすぎるように思われる。

ん？　こんな文章、前にも書いた覚えがある。そう『TS』の批評のときだ。『TS』は法的問題が指摘される。しかし、仮に『TS』が任天堂の許諾を受けて、正式な続編としてリリースされていたとしたら、作品としてはまったく問題なかっただろうか。裁判でその類似性が問題になりそうなシステムや全体的なイメージは、仮に続編とするなら共有していて当たり前だ。しかし、たとえ続編であってもシナリオのマンネリ化は、やはり問題だ。とすれば正式な続編である『封印の剣』も一つの作品としては同じ問題を抱えていることになる。システム面でシリーズもの特有の難題をクリアして見せたように、シナリオだって世界観やイメージを変えることなく、内容を豊かにすることはできるはずだし、それに挑戦してこそ、「やっぱりウチが本家」と誇れるのではなかろうか。本作は、制作者の深い作品理解に支えられた、よい続編だと思う。だからこそ、シナリオ面でも、もっと『FE』の豊かな可能性を見せつけてもらいたい。

PROFILE
村井良介（むらい・りょうすけ）
現役大学院生。推理小説好きで、プロ野球マニア。この『封印の剣』はプレイ時間が90時間に迫る勢いということで、GBAのACアダプタを買っておいて正解でした。というわけで、GBAまったく携帯していません。

関連作品
『ティアリングサーガ』（SRPG）
メーカー：エンターブレイン／機種：PS／
価格：6,800円／発売日：2001年5月24日
武器熟練度システムは『TS』から『封印の剣』に逆輸入されたような形になっているが、これは模倣ではなく、システム的工夫が同じ結論に至ったためと思われ、興味深い。

ゲーム批評にひとこと
もう少しセガが増えて、ホモが減ればいい雑誌ですよね。（群馬県　ないよ）

すべてをゲームで済まさずして 何がゲーマーか！ 何が男か！

数あるゲームの中には、でき得る限りリアルなデータを盛り込み、あわよくば実生活に活かしてしまおうという一見調子のイイ内容のタイトルがある。

これらの作品がもし本当に、生活に役立つのならば、このままゲームで遊びまくっていればそれなりに生きていけるということになるのですが……。

免許のない日々よさようなら

3月某日「ゲーム批評」編集部より連絡が入る。イロモノライターとして「ゲーム批評」内を掻き回してきた、私のところに来る話だから、まっとうなレビューのわけもなく。その内容というのが「実用ソフトは本当に実用的か？」なるもの。前号の「ホモゲー」といい前々号の「3DCG美女」といい、「ゲーム批評」事態がイロモノになってきてる？……

とりあえず私がプレイする実用ソフトは『免許をとろう』。これで免許をとろう！　ということです。時間とお金の問題から普通車免許ではなく原付免許に挑戦です。だらだらやってもしょうがないので、一週間という制限をつけることにしましょう。

1日目：研修開始

学科教習を受けて実技教習へというゲームの流れを認識。学科は小学生レベルでも8割はいけそうですね。ところで、このゲームは声優陣がとにかく豪華。教官はともかく受付のお姉さんまでもが横山智佐さんレベル。この受付のお姉さんが学科教習の応対もしてくれるので〝さくら〟と女教師プレイ気分も味わえるなぁ。

2日目：実技

実技、どうにもこうにもテンポが悪です。操作性が複雑過ぎるうえに、そのどれもが車の運転っぽくないのがどうも……。半クラッチなどを再現しようとしてかアクセルがアナログコントローラ対応なんですが、これがどうもやりにくい。一定のスピードで走行することままならず、しかもウインカー指示をだすのもアナログスティックとくれば、「やってられるか!!」となってしまいました。それと、単に教官から原点されないようにばかり車を動かしていたりします。



この笑顔がご褒美。……3回くらいで飽きます。どうせなら、正解率にあわせてコスプレするのってのはどう?

これが、実際の教習所っぽいのなら、実現度は高いでしょう。

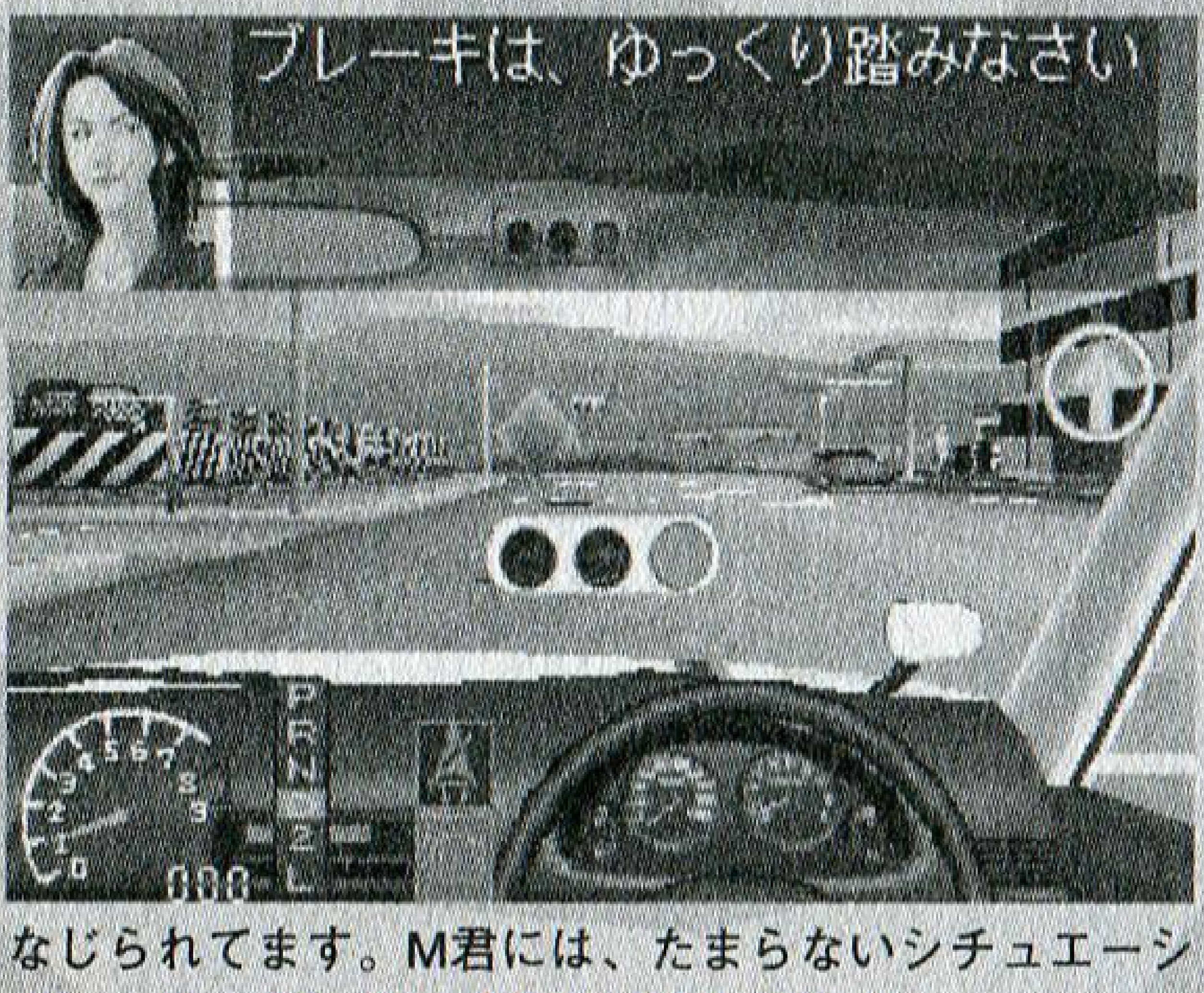
3日目：葛藤

学科が何点だろうと構わないこ

とが判明。正解率が4割だろうと次の実施教習にはいけます。だとすると、この時点での学科教習は、ほとんど無意味!! で、ゲームで無駄なテキストを見せられことほどの苦痛はありませんよ。さらに、実技部分に付け足された〝ゲームっぽさ〟も辛くなってきました。通常なら視点を一瞬変えるだけですむバックミラーやサイドミラーの確認も、ゲームだから左手と右手の操作が必要になってきます。後方確認ですら付加がかかるわけですから、普通に車を運転するだけでかなりのストレスです。しかも、教習所で走ってる車はプレイヤーの車に当たるために走ってます。人間同士ならお互いに〝当たらないように〟走っているものです。しかし、『免許をとろう』の世界では、プレイヤー以外は〝配慮〟というものを持っていないのです。常に同じスピードで走って「こっちが先に出てるから一旦止まれや!!」などどというこちらの思惑を無視して追突してくるわけです。つらいなぁ……。

4日目：覚醒

この時点では学科無意味なので、先に実技を全て終わらせてから、実習室（学科研修を復習できる）の活用作戦に作戦変更。よって学科のテキストはほとんど読まずに飛ばして、実技重視。その結果、教官が一回り。その結果として教官たちの没個性ぶりが露呈してしまいました。先ほども書きましたが、教官達の〝声〟は特徴的です。森山周一郎さんをはじめ、古谷徹さんや三石琴乃さんなど相当個性的です。しかし、教官ごとに運転方針を変えることは必要ナシ！ 起こられるポイントに違いなくて、違うのは注意するときの言葉のみ。採点も「そんなに変わらない」レベル。実施研修前のルーレットでドキドキすることはなくなりましたよ。



なじられてます。M君には、たまらないシチュエーションです。運転どころではありませんよ。

5日目：復習

とりあえず実施研修は昨日までで仮免を取って終了。あとは実習室に篭って復習……してたんだけど、あることに気づきました。質問のバリエーション少なくない？ 同じ質問を見ることもたびたびで、答えを覚えるのではなくて問題を覚えてるんですよこれが。つまり、このゲーム通りの設問じゃないと答えられない?! それに、質問に答えていてもなにも面白くないのも問題です。なんの見かえりもなく、楽しみは受付のお姉さんの「すごいですね！」などのコメントのみ。これなら、参考書片手に自分のペースで勉強したほうがいくらかマシです。どうせゲームなんだから、正解率が高かったら受付のお姉さんのときめきゲージが上がるとか、脱衣してくれるとかないとね……。

6日目：勝負

予定よりは一日早いですが、勝負の日です。これで免許が取れたら拍手喝采……のはずだったんでしょうが見事に玉砕!!

取れませんでした。『免許をとろう』がダメだとは言いませんが、どうせなら普通に勉強したほうが無難でしょうし、ドライブゲームなら他のゲームの方が……そんなところです。

実用ゲームが実用的になるかどうかは、やはり飴と鞭のさじ加減。いかに目の前にニンジンをぶら下げるかだと思います。もともと「実用ゲーム」なるものに興味を持っている人達は、免許を取りたいとか健康になりたいとかのモチベーションがあるわけですから、それを上手く刺激することができれば、本当のいみでの「実用ゲーム」になるでしょう。

免許をとろう（ETC）

メーカー：トワイライトエクスプレス／機種：PS／価格：5、800円／発売日：2000年5月25日

柳引直樹
'72年生まれのイロモノライター。今回のこの原稿の選出理由は免許持ってないかららしいです。

開発者の遊び心と根性が違いのわかる男を唸らせる

ごく普通の男ごく普通の若者ごく普通のゲーマー。
しかしただ一つ違ったのは、このゲーマーは職人だったのです……。

実機を自在に操る本職ゲーマー召喚

建設会社勤務のT氏は現在27歳。業界に入って5年、重機（＝建設機械の総称）を扱うようになってからは3～4年経つ。現場ではベテランを補助し、若手の手本となる中堅的な立場にある。

そんな氏に『パワーショベルに乗ろう!!』（PS）を遊んで、いや「検証して」もらった。

『パワーショベルに乗ろう!!』は、同じくタイトーの『電車でGO!!』の流れを組む体験シミュレーション系のゲームで、アーケードからの移植版となる。プレイヤーは工事現場でパワーショベルを操り、「砂利の積み込み」からひたすらバケット（※1）でひたすらカレーをご飯にかけ続ける「調理補助」まで、様々なモードをこなさなければならない。

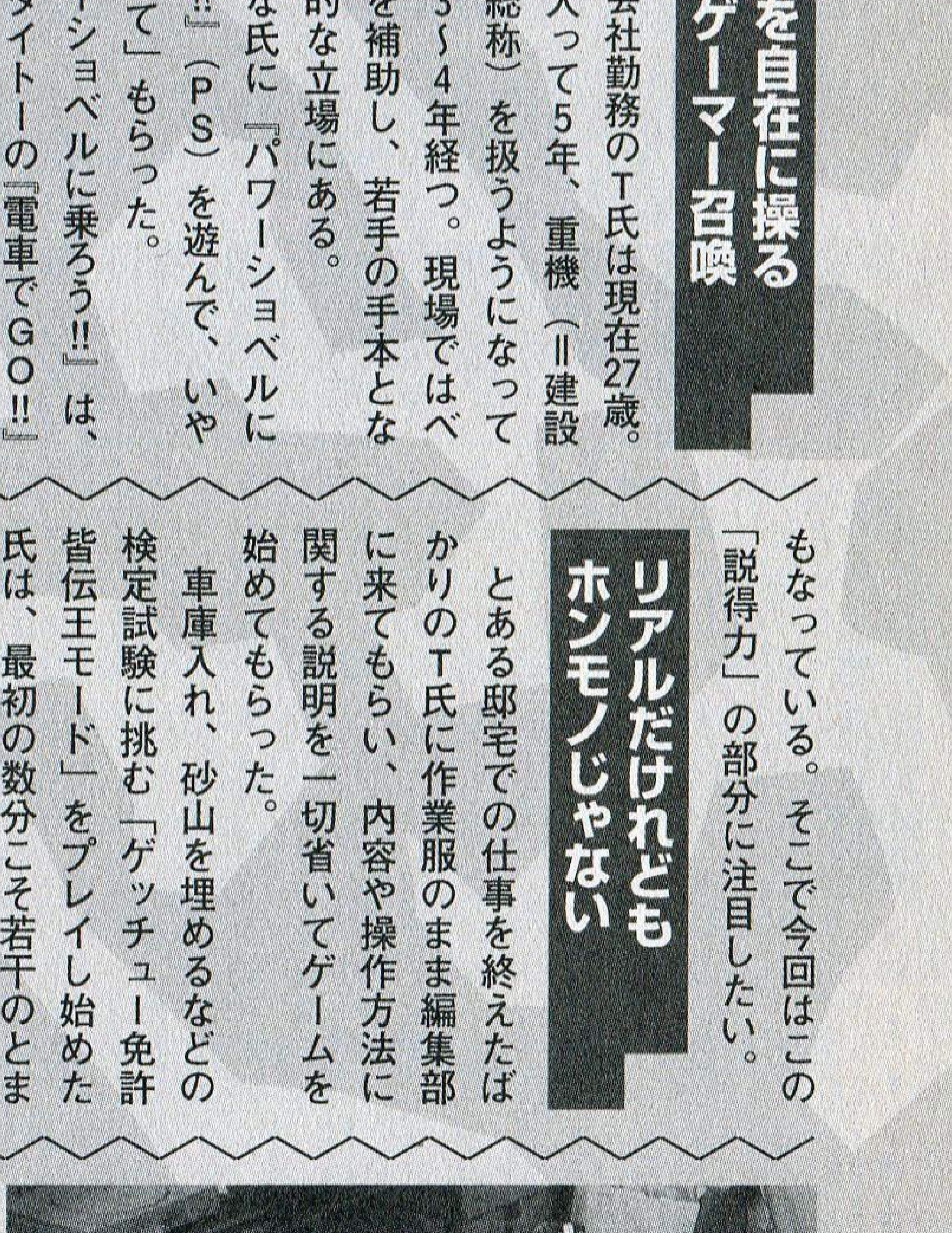
マシンデータ等に関し大手重機メーカーKOMATSUの全面協力を得ている点が本作のウリで、この要素が「遊び心」であると同時に、このゲームの「説得力」ともなっている。そこで今回はこの「説得力」の部分に注目したい。

リアルだけれどもホンモノじゃない

とある邸宅での仕事を終えたばかりのT氏に作業服のまま編集部に来てもらい、内容や操作方法に関する説明を一切省いてゲームを始めてもらった。

車庫入れ、砂山を埋めるなどの検定試験に挑む「ゲッチュー免許皆伝王モード」をプレイし始めた氏は、最初の数分こそ若干のとまどいを感じたようだが、すぐ操作感覚をつかんだ様子だった。

「実際の重機は年式によってレバーが左右逆についてたりして、検定なんかで使う某メーカーのユンボ（※2）で慣れちゃうと、現場でいきなり間違えちゃったりするんです。まぁレバーに操作方法は書いてありますけど、そんなの読まないですし」と氏は語る。つまり、本物のショベルを扱う際にも機種に慣れるための時間は必要とされるのだ。その上で操作系について氏は、「スティックの振動とかバケットに砂が入った時に操作感覚が変化する重量感はすごくリアル」と絶賛した。


さすがプロ。専用コントローラーの扱い方が一味違う。

T氏の（ゲーム上での）運転スタイルを見ていると、何よりもその丁寧さに気づく。だが、それゆえにタイムアップで躓くパターンが多かった。たとえば氏は砂利をトラックに積み込むステージでも、「回数」だけが要求されるステージでも、砂利をたっぷりとすくい、平らになるように気を使いながら荷台に積んでいく。体に染み付いた職人魂がそうさせるのだろう。氏は語る。

※1：パワーショベルの砂をすくうカゴ状の部分のこと。
※2：パワーショベルを指す業界用語。実はドイツ語。


現場に近い雰囲気を出して気を引き締めてもらうため、氏にはヘルメットを着用しプレイしていただいた。

「荷台の奥から砂を積んでいかないと、ダンプの運転手に怒鳴られてしまいますから」。

また、このステージではパワーショベルをトラックの近くまで正確に移動させてから作業を始めなければならないのだが、それに対して「ダンプがこっちに来いよ!!重機なんだぞ!」と怒鳴った氏の言い分も理解できた。公道を走ることすら許可されていない重機が、機動力で何倍も勝るダンプの側までわざわざ移動しなければならないシチュエーションなど現実にはまずあり得ない。

「ま、検定モードだから仕方ないんだろうけどね。でも、死にものぐるいだよ(笑)」。

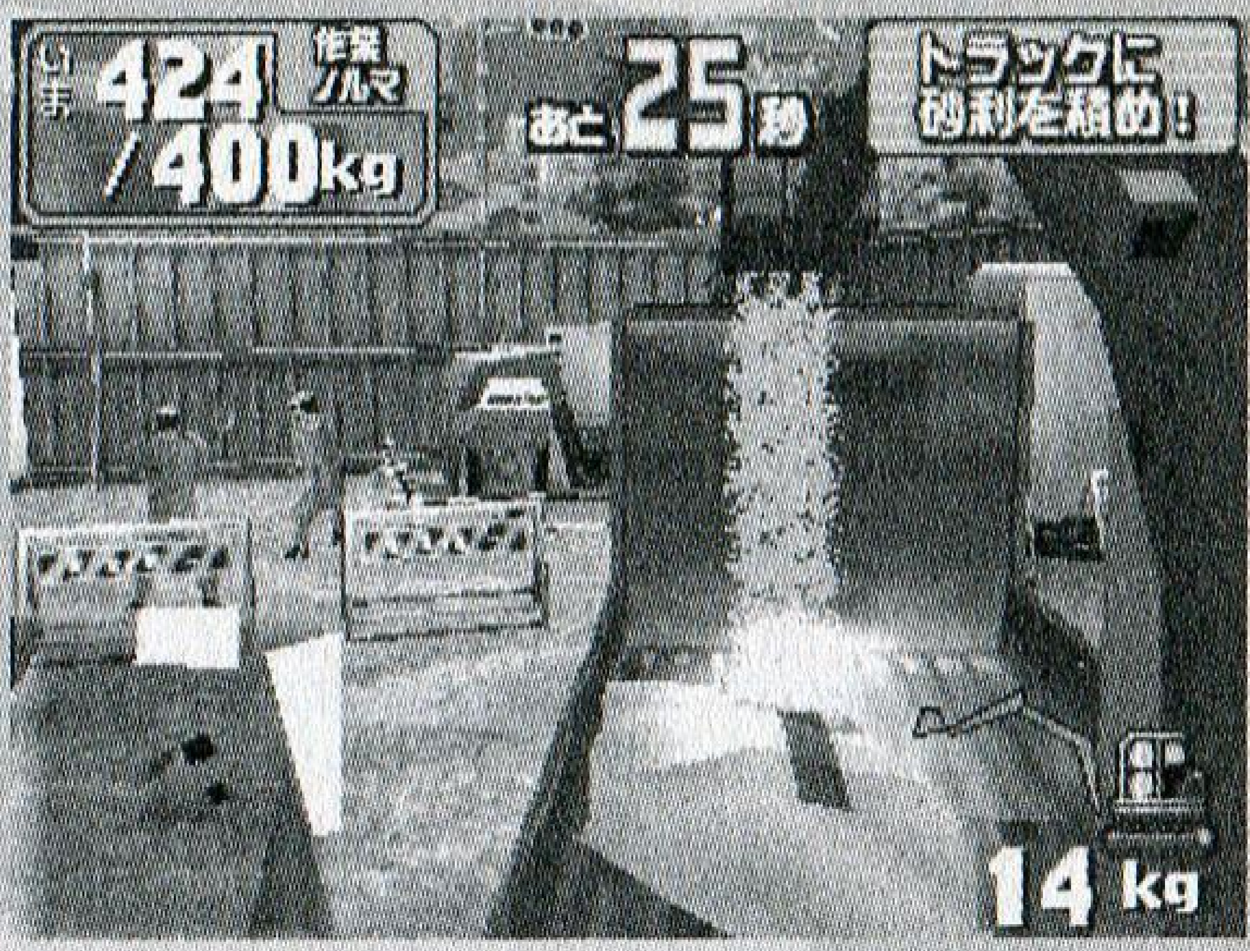
T氏は結局、このステージを15回以上プレイすることになった。ポリゴンで構築された工事現場は、想像以上に遠近感が把握しにくいようだ。だが、それでも氏は繰り返し挑戦し続けた。毎日仕事で同じような作業をしているのだから、飽きてしまわないのかという疑問がふと頭をよぎる。

「いや、操作感がリアルだとは言ったけど、仕事とは全然違います。なによりも責任の重さが違いますよね。本当の現場だと、時間よりも丁寧さ、つまり安全性が重要視されますから」

だからこそ、ゲームとして楽しめるのだと言う。

非エンターテイメントのエンターテイメント化

ゲームを現実世界から一時的に脱却するためのアイテムだと捉えると、本作のようにそこに「リアル」を持ち込む行為は無謀に思える。しかも『パワーショベルに乗ろう!!』の場合、殺人や戦闘機の操縦などといった非日常的な「リアル」ではなく、手をのばせばそこにある「リアルなリアル」が要求されるのである。



視点変更して実際に近い1人称視点にした方が操作しやすいとのことだった。

タイトーは重機メーカーの協力という説得力をもって「このゲームで感覚をつかめば本物もある程度は操縦できるかも知れない」と、本職をうならせるほどの「リアル」を提供し、「カントク君(※3)は明らかに土建屋の口調ではないんだけれど、逆にそれがイイ味をだしてるんですよ」と感じさせるエンターテイメント性と融合させた。

しかし、2つのものを1つにまとめるとなると、どうしても切り捨てなければならない部分が出てくるし、時にはゲームとして残したい部分まで削らなければならない必要性に迫られる。その点をT氏はズバリと指摘した。

「このゲームは、実際の作業のパズル的な要素をうまく抽出しているんですけど、派手さが足りないように思います」

本作が佳作の域を出きれなかった要因もこの点にあったと考えられる。そこは開発者側も充分把握していただろう。実際に、本作の続編として『現場でガンガン』という企画が動いていたようだが、それが未だにリリースされていないのも、このことを暗に物語っている。「本物」とは、えてして地味で寡黙なものなのである。

だが、それでもなお「派手さ」だけで作品を売る道を選ばなかった製作者たちの頑固さは、まさに職人魂である。

パワーショベルにのろう!!
ジャンル:パワーショベル運転ゲーム/メーカー:タイトー/機種:PS/価格:5,800円/発売日:2000年9月21日

※3:ゲーム中、現場監督としてプレイヤーに対し指示を出すキャラクター。「波平さん」役で有名な永井一郎氏が声を担当している。

クイズ研究会のお兄さんはN.Yへ行きたいのか行けるのか



北は北海道南は九州沖縄までみんな交通費自腹でやってくるんです！
当然、都の西北早稲田のモリからも交通費自腹で来ていただきました。

取材・文　編集部

罰ゲームは怖くないか〜ッ！　はは！　ホントだなぁ？

勝てば天国負ければ地獄知力体力時の運早く来い来い木曜日。

このセリフを聞いて、福留さんよりも先に高島忠夫&石川牧子の総合司会コンビを思い浮かべた貴方はきっと30代。そうでなければもう手のほどこしようがない程のクイズファン。

そんなわけで、1977年から16年もの間（※）、お茶の間を熱狂させ続けた「アメリカ横断ウルトラクイズ」という高視聴率を誇るTV番組がかつてありました。挑戦者が最終目的地ニューヨークを目指し、時に己の知識をフル稼働させ、またある時には一生分のツキを使い果たしつつ数々の難問を解いていくクイズ番組です。

そんな「ウルトラクイズ」という題材を、TVゲーム業界が放っておくはずもなく、'90年（GB・トミー）、'91年（FC・トミー）、'95年（SS・ビクターエンターテイメント）など、今まで幾度となくゲーム化されています。そして本年、21世紀初の「ウルトラ」ゲームとなるPS2ソフト『アメリカ横断ウルトラクイズ』がデジキューブより発売されました。

このゲーム、PS2のスペックを活かし3Dポリゴンで福留功男氏が描かれるなど、限りなくTV番組を再現しているとっても見上げた完成度となっております。

さて、今回このソフトが発売されるにあたり、編集部のメインスタッフ（全2名）の頭を、一つの疑問が過ぎりました。

TV版「ウルトラクイズ」で、よく最後の方まで勝ち残っていた、大学の「クイズ研究会」の皆様は、このゲーム版「ウルトラクイズ」なんて余裕で解けてしまうのだろうか、と。というか、それ以前に「クイズ研究会」ってそもそも一体何をどのように研究しているのだろうか、と。

さっそく我々は早稲田大学クイズ研究会（通称WQSS）にコンタクトを取り、代表者を1名招聘しました。WQSSは、40〜60名の会員数を誇り、あの大桃美代子元ものしり博士を輩出するなど、伝統と由緒のあるサークルです。

そのWQSSが編集部に送り込んできたのは、福岡県出身M氏（20歳）でした。M氏は現在、サークル内では中堅でありながら1年生で既に2度留年しており、今年単位が足りないと退学させせられてしまうという微妙な立場にある方です。もしかすると、そんな彼を派遣すること自体が、「クイズには勉強が好きだとかそういうことは一切関係ないんだ」という、WQSS側の沈黙の主張であったのかも知れません……。

さーて、それでは栄えある第1問は？

編集部員には、M氏がゲーム開始直後、その見事なまでの再現度に驚嘆の声を上げるのではないかという淡い期待がありました。しかし、氏の反応は意外とあっさりとしたものでした。というのも、氏は「ウルトラクイズ」の偉大さは知っているしビデオで見たこともある。ただそこまで感情移入してしまう程でもないというのです。それも当然といえば当然の話で、

※：その後、1998年に「日本テレビ開局45周年記念番組」として一度だけ復活している。

同番組最後の年でさえM氏は11歳だったのです。「もちろんサークル内にはこの番組に特別な思い入れを持つ方もいます。そういう人の話を聞くと、なんだか羨ましいですよ……」と話す氏の瞳は、なんだか寂しげな色を宿しているようにも見えました。



取材前日に「タイムショック」に参加申しこみをしてきたM氏。彼の中でアツいゲームは『スペランカー』。

ゲームでもTV版と同じく第1問目は自由の女神像に関する問題と決まっているのですが、当然M氏は「ウルトラクイズ」第1問目に特化した情報収集をしているわけではないので、2度ほど最初の問題でつまづいてしまいます。ゲーム版でも本家と同様「敗者復活戦」が用意されていて、1問目のそれは一種のスロットとなっているのですが、M氏はそれにさえ失敗してしまい、この時点で氏が「時の運」を買われ派遣されたのではないことが確定的となります。

3回目で第1問に正解すると、その後の○×クイズをサクサクとクリアし、羽田空港でのジャンケンではひたすらグーを出しつづける頑固さを垣間見せつつ、氏は次々と問題を解いていきました。

後になってからわかったことなのですが、このPS2版『ウルトラクイズ』には、クイズ強豪校として知られる北海道大学、群馬大学、筑波大学の各クイズ研究会が問題作成に関わっており、M氏がこのクイズに挑戦することは、いわば代理戦争の様相を呈していたわけです。

氏によると「クイズには問題作成の王道というものがある」ということです。「まず知名度が低いものを提示し、徐々に有名な例を出していく文章を構成するというもので、知識量のある人ほど早めに解答できるように工夫されています。このゲームのクイズはその王道に則って作られていますね」



「大声クイズ」ではコントローラー左スティックをグリグリと回転させてメーターを上げなければならない。

また、総問題数が1万問と多いのも大きな魅力だと話されました。クイズファンには常に「自分が知らない問題聞いたことのない問題との出会いを求めている」からだそうです。また「当時の芸能人に関する問題などがほとんど出ないのもいい」と話されてました。

その後M氏は、飛行機内での50問ペーパークイズを「時間配分を間違えた」と悔いながらも好成績でクリア。おなじみグァムでの○×泥んこクイズで一度だけ泥にツッコんでしまったあとは、決勝まであっさりと勝ち進み、相手と大差をつけ優勝。その実力の程を見せていただきました。

「択一の問題だから比較的簡単なんですけどね。スポーツジャンルが得意でないのと、(早押し10ポイント先取の) 決勝戦の相手が強かったのでちょっと緊張しましたが」と語るM氏のクイズ研究術は「新聞、小説を読み演劇や映画を観て、自分の経験として学ぶこと」に加えて「どちらがいいとは一概に言えないんですが、クイズに強くなる手段としてはひたすら過去の問題を解くという方法もあります」だと話されました。

最後にPS2版『ウルトラクイズ』を遊んでみた感想としては、『綱引きクイズ』でのボタン連打や『大声クイズ』でのスティック回転など、動きがある点が単なるクイズゲームとは違い楽しめたのと、改めてTV版『ウルトラクイズ』の企画力の偉大さに感心しました」ということでした。

編集部員としては、そう語るM氏にクイズの奥深さを学ばせていただいた一日でありました。

アメリカ横断ウルトラクイズ

ジャンル：クイズゲーム／メーカー：デジキューブ／機種：PS2／価格：5,800円／発売日：2002年3月28日

カラダに効くゲームは やっぱりツボにハマる

もはやゲームの枠を飛び越えた『家庭でできる』シリーズを無理矢理エントリー。ゲームのし過ぎで肩が凝ったら迷わず選べ！

東洋鍼灸専門学校校長、東洋医学総合研究所診療部門長をはじめいくつもの肩書きを持つ医学博士石野尚吾氏が監修を務めるのが、この『家庭でできるツボ指圧』である。

本作はすでに90タイトル以上がリリースされている、SIMPLE1500シリーズの一つ「実用シリーズ」に属する、半ばというか、ほぼ完全にゲームであることを放棄したかのように見えるソフト群の一つである。

指圧という、いかにも繊細な指の動きが必要とされそうな題材を扱っていながら、ムービーを一切使用しないという思い切った構成がなされていて、わかりやすくいうと「PSで読める電子百科事典」それ以上以下でもない。

ゲームを開始すると、TVのボリュームをよほど上げない限り聞こえない程の音量で癒し系のBGMが流れる中、「症状」「ツボ」などいくつかの項目が表示されるシステム画面となる。そこから用途別にツボと指圧方法を検索していくのだが、画面を切り替える度に1～2秒間のローディングがあるのがやたら気になる。何をそんなに読み込むモノがあるのだろうかという不安がプレイヤーに襲いかかるのだ。



ひとりで肩井をついてる図。背中から切ないオーラが……。

「症状」は頭・顔、首肩・手足腰、胸・腹などと、さらにいくつかの項目に分岐しており、己の症状と病気を選ぶことでそれに合った指圧を教えてくれる。

図解ツボ指圧のその奥にちらりと見える物語

筆者は持病の肩こりがひどいため、さっそくその特効ツボを選択し、指圧を行ってみた。

肩井（けんせい）、風池（ふうち）、天柱（てんちゅう）などツボの名称が示され、いずれかを選択すると具体的な解説へと飛ぶ。

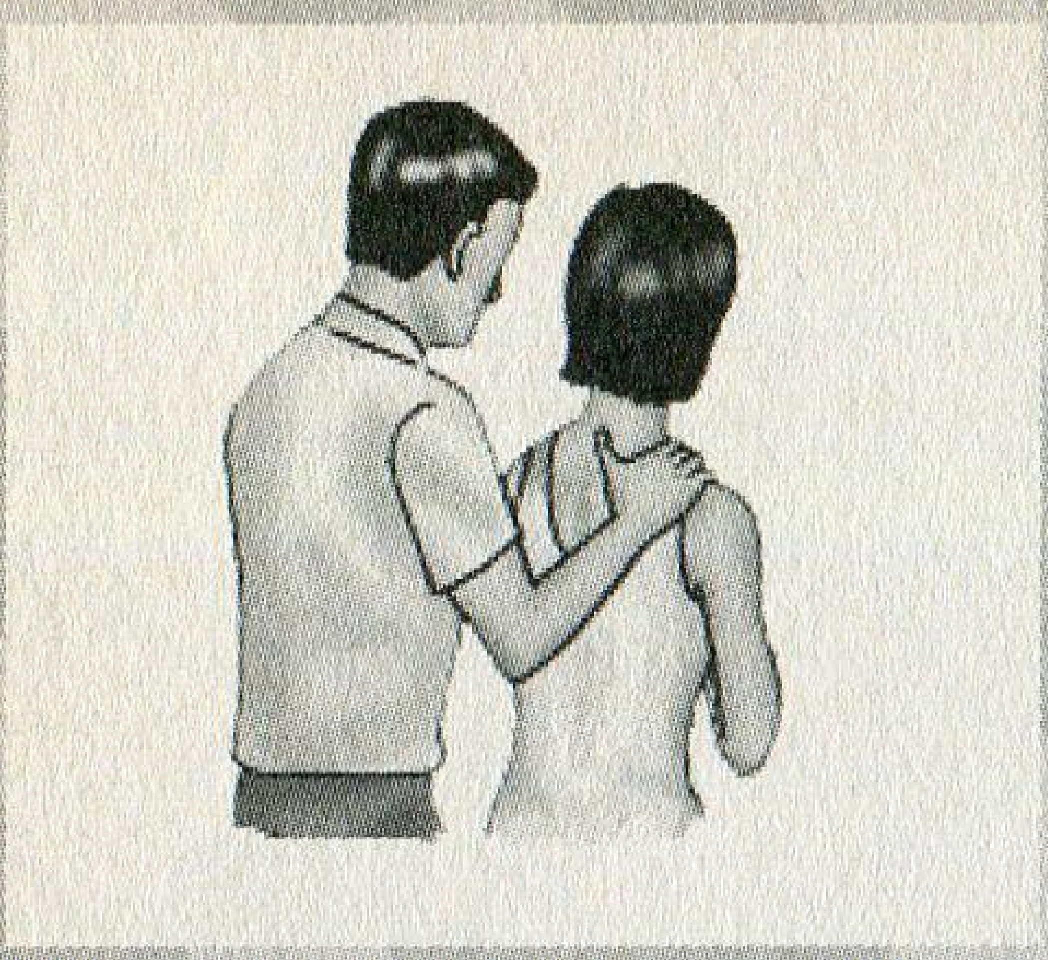
しかしこの解説が「後頭部と首の境界にある太い2本の筋肉（僧帽筋）の外側」を「頭全体を抱えるようにして左右のツボに親指をあて……」などと、とにかくわかりにくい。ここで△ボタンを押すと、そのままよりわかりやすい治療イラスト画面となるので、この文章の必然性には疑問を抱いた。なにしろ、文章を頼りにツボを抑え「さすがにキくなぁ」などと感動を覚えながら絵に切り替えてみると、ツボとは全然違う場所を抑えていることもままあるのだ。



ごく一部の方々に大好評の図。別の意味で「実用的」なソフト。

また、さすがに『家庭でできる～』と謳っているだけあって、基本的に誰か別の人にツボを指圧してもらうことが前提となっている。しかし中には一人で指圧できる方法も紹介されているものもあり、単身者でもなんとか『家庭でできる』ようにはなっている。

「肩こり」の特効ツボとしては肩井、曲池（きょくち）などが一人でも指圧可能で、心理的な効果が大きいかも知れないが、画面の指示に従いツボと思われる箇所を押していくと、確かに脳髄にジンと染み渡るような気持ちよさがあった。ただ、一人で指圧する方法を示すイラストはなんだか寂しげで、「どうせ私なんて……」とつぶやいている声が聞こえてくるような気がするのだ。こういう見方でこのソフトをプレイすることも可能であり、一つ一つのカットに「なぁ、近くに俺の知ってる店があるんだけど、もう一軒どう？」だとか「やっと君をつかまえた。もうこの手は二度と離さない」などと、その背景にある物語を自分なりに紡ぐ遊び方もできる。



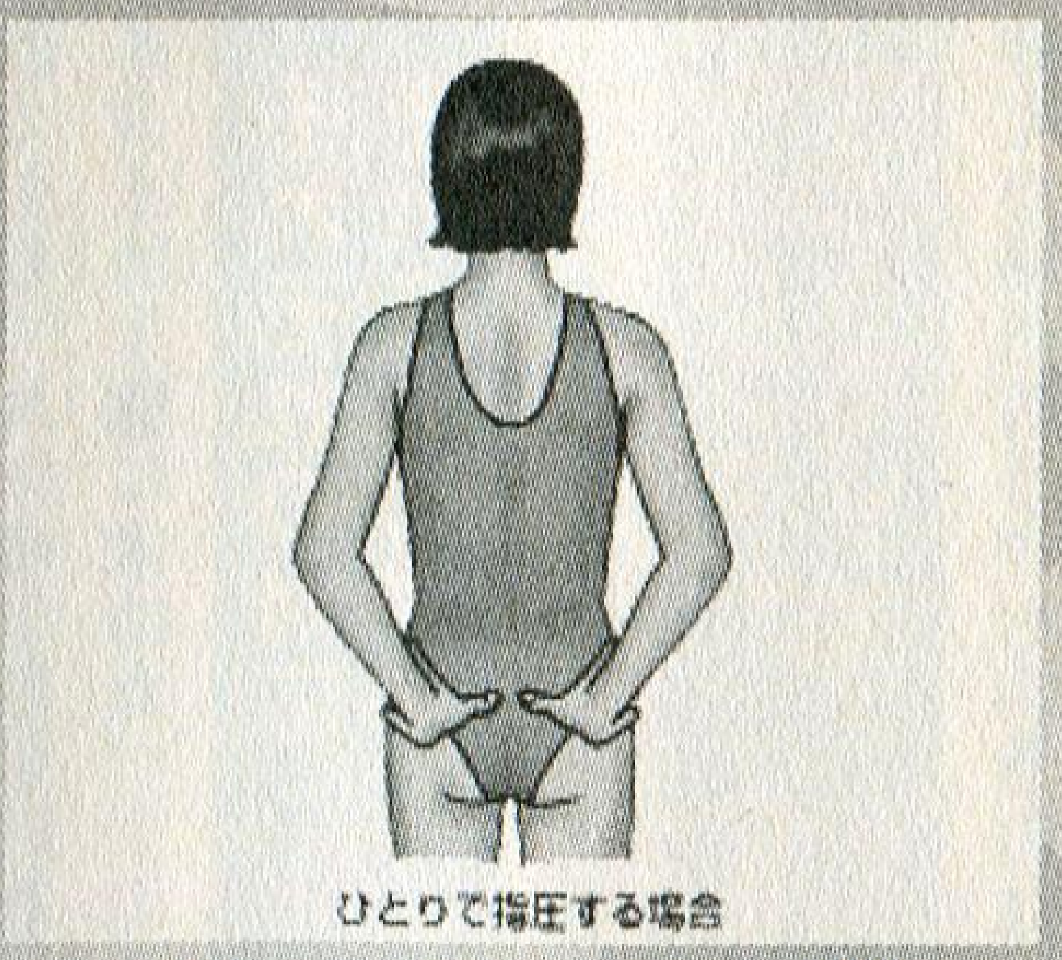
「別にやらしい仕事じゃないから、軽い気持ちでやってみない？」

決して実用的ではないけれど

著者はまったく知らなかったのだが、指圧は「不安感・ノイローゼ傾向（神経症）」「憂うつ感・うつ状態」「イライラ・気分が落ち着かない」など、メンタル面にも効くらしく、当然本作でもそれらのツボが紹介されている。ここでツボ解説の朗らかな画風のイラストや前述のBGMがその効果を最大限に発揮することとなり、「あぁなるほどこの項目のための演出だったのか」と東洋医学の偉大さを噛み締めた。そうはいっても、全体として「効く効かない」以前に、ゲームハードを使う意味がほとんどなく、基本的に本と違ってTVを使うことでより大きな画面で確認しながら指圧ができるという利点しか見当たらなかった。

だが、オマケ程度についている「指圧の基礎知識」が予想以上に濃い内容となっており、こちらで得られる知識の方が実用的ではないかと指圧ワールドの深さに感銘を受けてしまった。本作の意義はここで得られる知識にこそあるといっても過言ではない。

ただ、本作で遊んでいて一つ気になったのは、パッケージ裏に書かれた「本格的な指圧療法を会得したいという場合には専門家の指導を仰いでください。」という注意書きであった。



どうやら違うツボをつこうという目的もあるらしい……。

家庭でできるツボ指圧

ジャンル：ETC／メーカー：D3パブリッシャー／機種：PS／価格：1、500円／発売日：2001年12月13日

実用ゲームの魔力

書店へ行くと「実用書」と書かれた棚がある。しかしゲームショップへ行って「実用ゲーム」と書かれたPOPを見かけることはまずないだろう。なぜなら、本という媒体の根底に流れるものは「教養」であり、ゲームの根底に流れるのは「娯楽」だからだ。日々の生活に直接役立つエンターテインメントなど成立し得ないのである。

それでは、なぜこの世に「実用ソフト」もしくは「実用的に思えるゲーム」が存在するのだろうか。この特集をご覧になっていただいた皆様には既におわかりいただいていると思う。要は、「実用ソフト」の範疇に入るものは「ゲーム」ではないし、「実用的に思えるゲーム」は実用的ではないのだ。そのどちらかでしかあり得ないし、またそのソフトがどちらに属するのかは、プレイしてみないことには判断できないのである。

ただ、どちらの場合だったとしても、パーティーゲームとして多人数で遊ぶのに意外と適しているものばかりであった。じつはそれこそが「実用ゲーム」の存在意義なのかも知れない。

バグがくる！ 不具合多発がやってくる!!
年度末発売ソフトはちょっぴり微妙

この春、次から次へと見つかった不具合ソフト。時々耳にする話ではあるが、こう一度に見つかると業界自体に何か原因があるのではと疑ってしまう。

続編もしくは移植がヒジョーにヤバイ

2001年末から2002年度末にかけて、不具合が多発するソフトが相次いで発売された。

具体的な例としては、昨年12月に発売された『バトルネットワークロックマンエグゼ2』、年が明けて元旦発売の『THE KING OF FIGHTERS EX ～NEO BLOOD～』、同月24日発売の『東京魔人學園外法帖』、3月に20日に発売された『真・女神転生2』などが挙げられる。

これらのソフトには、どれも各メーカの人気作の続編もしくは移植作という共通点がある。つまり、メーカーにとって売上げの数字が読みやすいものばかりなのだ。

だが同時に、熱心なユーザーがついていることを意味しており、不具合による彼らのショックが大きくなるのは必至だ。結果、各ソフトの発売日直後には、ファンBBSなどWEB上で、不具合に関する報告が相次いだ。

不具合には、「入手したアイテムが消えてしまう」「メッセージ表示がおかしい」など、ゲームとしての基本的な完成度に至っていないのではと思われる症状も含まれており、ユーザーは早急な対応をメーカー側に求めた。



GBA版『KOF』は、不具合があるのに加え作品としての完成度も疑問視された。

それぞれの対応 それぞれの姿勢

ここまで、あえて「不具合」と言ってきたが、これは主にメーカー側が使う言葉で、ほとんどの場合が「バグ」と同意義であると考えていいだろう。というのは、メーカーとユーザーとの間には、「バグ」という言葉に対する認識に大きな隔たりがあるため、メーカーは「バグ」という表現を避けているのが現状だ。ユーザーには「バグが残っているようなソフトは無償で交換するべき」という意識が、制作者、特にプログラマには「バグが生じるのは仕方のないこと」という意識が強いのだ。

だが昨年度末に相次いで発売された前述のソフトの「不具合」は、どれも「仕方のないこと」と簡単に片付けられるレベルではなかったと見え、各メーカーがそれぞれ対応している。

『ロックマンエグゼ2』では、カプコンの公式サイトで不具合が発

生しやすい箇所について説明をし、同様に「コロコロコミック」誌上でも1pを使って告知した。

また、アトラスはPS版『真・女神転生2』について、「プログラムの不具合により、（中略）お客様にご不便、ご迷惑をおかけしておりますことを改めまして深くお詫び申し上げます」と謝罪したうえで、「改めまして交換対応についてホームページ等でお知らせする予定」だという。つまりこのケースでは、不具合が発生したソフトを交換に値するものだったと捉えているのである。この件については広報担当者に取材申請を行ったのだが、「現在（不具合に関する）すべてのメディアへの露出を制限している状況」ということで、コメントをいただけなかった。



敵の魔法攻撃を主人公だけ2度ダメージをうける。さすが主人公、常にタフであることが求められる。

メーカー側の対応としては『東京魔人學園外法帖』の対応が珍しいケースだと言えるだろう。プロデュースを努める今井秋芳監督自らが公式サイト上で、

「プレイした誰もが満足したといって頂ける作品にできなかった事を深く御詫び致します。クリエイターというものは、リリースした作品が全てです。ですから（中略）現在、発表されている作品が『東京魔人學園外法帖』です。お金を払って買っていただいていながら、その期待に応えられなかったのは、クリエイターとして失格だと思っています」

と、ほぼ全面的に制作者が非を認めたのである。このコメントがこのシリーズを信頼し、このソフトに期待していたユーザーに与えた衝撃は計り知れない。それを承知で、それでも自分たちの作品であることには違いないと宣言する姿勢は、制作者としての責任を表明するものだともいえる。

どこもかしこもということは……つまり

当然、それぞれのソフトが抱える不具合の度合いが異なるのため、どのメーカーの対応が正しいとは明言することはできない。

また、ジャンルによっては必然的にプログラマの作業量が多くなってしまうものもある上、移植といってもハードによっては、手間がかかるものもあるという。責任の所在についても、ソフトメーカーだけではなく、それを許可したハードメーカーにもあるのかも知れない。

それよりもまず認識すべきなのは、このままだと内容の良し悪しを判断する以前に、製品として一定のレベルに達していないソフトが、続々と発売される時代が到来する可能性もあり得るということだ。次項では、こういった「不具合」が発生するようなソフトが発売されてしまう原因について、考察してみたい。

（文・編集部）

昨年度末の不具合ソフトたち

『THE KING OF FIGHTERS EX ～NEO BLOOD～』（格闘ACG）
メーカー：マーベラスエンターテイメント／機種：GBA／価格：5，800円／発売日：2002年1月1日

ゲーム中に突然画面がフリーズしてしまう。プレイヤーキャラクタが操作不能になってしまうなど。

『東京魔人學園外法帖』（AVG）
メーカー：アスミック・エースエンタテインメント／機種：PS／価格：6，800円／発売日：2002年1月24日

倒した敵のカウンタが一定数でリセットされてしまうため、敵を倒した数によって装備できるアイテムを装備できなくなってしまうなど。

『ロックマンエグゼ2』（RPG）
メーカー：カプコン／機種：GBA／価格：4，800円／発売日：2001年12月14日

ある種のキャラクターとの戦闘後、「エナミーサーチ」チップ（アイテムの一つ）を使用するとデータが消失してしまうことがある。

『真・女神転生II』（RPG）
メーカー：アトラス／機種：PS／価格：4，800円／発売日：2002年3月20日

主人公だけが敵からの魔法攻撃を2回受けてしまうほか、突然のフリーズなど。

バグと共にどこへいく……
「出すこと最優先」の哀しみ

元大手ゲームメーカーの営業経験者が語るバグの理由。
わかっちゃいるんだけど、出さないワケにはいかないんだ！

メーカーにとってのゲームソフト発売日

プラットフォームが多くなり、開発会社に負担がかかるせいか、バグが残ったままソフトが発売されることがある。

昔であれば「ウラ技」程度で済んだバグが、最近では致命的なものになっているケースもある。昔と今ではゲーム業界は変わってしまったのだろうか？　否、むしろ変わらなかった部分の方が問題なのかもしれない。



ファンを満足させられなかったことを認めた珍しいケースもあるのだが。

年末や季節の変わり目にソフトが出ることが多いので勘づいている人もいると思うが、会社のマネーフローのためにゲームソフトの発売日を決定することも多い。

資金がショートする可能性がある年度末に発売されるタイトルもあるし、ハードや競合ソフトに合わせることもある。簡単に言うと「出すタイミング」は会社の都合で決まる。当たり前の話だがこれを理解しないと今回は話にならないので、覚えておいて欲しい。

会社がソフトを発売したいタイミングとは2つ。一つは売れる時期で、もう一つがお金を回転させる必要性がある時。

一つ目の時期的なものは理解が楽だろう。クリスマスや年末などはあからさまにタイトルが増えるし、ハードウェアの発売日にはキラーコンテンツをぶつけてくる。

もう一つが経営のため。不景気のせいか経営のために発売されるソフトが増えているとしたら、この業界は確実に終焉を迎える。

デバッガはプロの職業 舐めてかかると痛い目に

経営のために発売されるソフトはかなり厳しい状態での開発を強いられることが多い。

経営が先にくると、発売日が何よりも優先される。つまりスケジュールが自ずと前倒しになることが多く、スタッフはそれこそ命を削って商品を作り上げるのだ。プロのプライドでクオリティの高いモノを目指すのは当然だが、人数が足りなくなるのも自明の理。なぜなら開発速度は人数に依存するのだから。

だが、経営のためにソフトを発売したい会社が人件費を簡単に上げられるわけもなく、開発者には急激に負荷がかかる。それで納期を守りつつ人手や時間を割くことができる部分として、仕様の削除とデバッグの時間が短くなることが多い。仕様を減らすことで開発の負担を和らげるのは分かるが、デバッグは困る。間に合わないからバグつぶしをしない状態で、出荷することはエンドユーザーに対する背信行為以外の何ものでもないのだ。

だがデバッグは、最近様々な理由で以前よりも杜撰になってきて

いる可能性もある。開発段階で特別な問題点が発見された場合はその場で潰しにかかれるが、わざわざ通常ではない操作でバグを誘発してまでデバッグする行為は時間がかかりすぎるのだ。

そのような理由でデバッグ時間と人員が減らされていることは、紛れもない現実である。結果バグの多いソフトが発売されやすい土壌が形成されてしまう。

当然デバッグの行われていない、もしくは時間をかけれなかったゲームがバグをはらんでいる可能性は高い。問題はそれだけではないのだ。デバッグを行う人間に対して、読者の皆様はどの程度の知識があるだろうか？　恐らくほとんど「知らないし想像でしかない」人が多いと思われる。

まず一般的なイメージとして「ゲームやってお金もらえるので楽そうだし、面白そう」なんて思っている人もいるかもしれない。はっきり言うと逆である。一日に何時間もモニターを眺めて霞んだ目をこすりながら、普通ではないゲーム操作を果てしなく繰り広げる。

完全に肉体労働だが、バグを発見する注意力と再現性を報告する頭脳も必要になる。こんなヘビーな仕事の置かれている境遇は少し厳しいようで、平均時給が800～850円ぐらい。東京都内でファーストフードのバイトをするよりも少ない金額になる。金額がおいしくない上にツラい仕事。申し込んでくる人間が夢を持ってきたとしても、続けていく人間がどれほどいるのか。業界がデバッガーを育てるようなこともしてきていないので、常にバイト及び下請け会社に頼みつづける状態。バグ削減率が悪くなることは目に見えている。

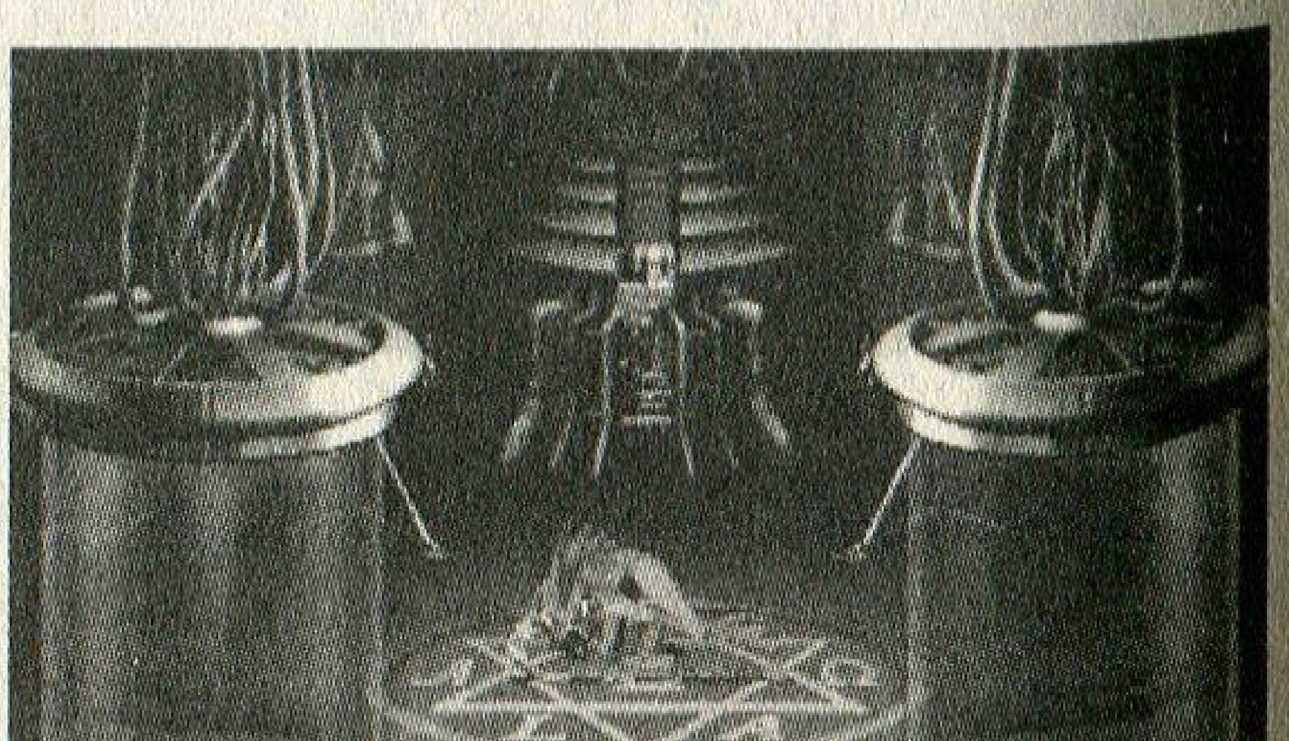
デバッガーとは、ソフトを発売するにあたって最も大切な部分を担っているにもかかわらず、扱いも悪いし教育もなされていない。不景気を言い訳にできる限界は超えている。確かに、「ゲームをしてお金がもらえる」と勘違いしてやってくる人間が後を絶たないので、育てるどころではない現状も問題ではあるのだが。

以上のような状態でソフトがドンドン発売される。経営のためであったり、狙い済ました傑作だったりと様々である。

ではコスト的にはどれほどかかるのだろうか。5人で20日間（平日1ヶ月分）デバッグをやってもらったら、1日だいたい8000円×2。それを20日分16000円×20。それを5人分で320000円×5と160万はかかる。実際は諸経費もあるからそれ以上になる。デバッグだけで単純にこれだけかかるのだ。大慌てで開発しながらも必要経費としてかかる金額。最重要だが削減することも可能な部分。このしわ寄せは結局購入する人間が背負うことになる。

不景気なご時世。大ヒットを狙っていない商品で、デバッグにお金をかけるとは思えない。実際にお金を削減されているのは開発も同様。最近昔のゲームを新しいプラットフォームで発売するソフトが多いが、これは開発費の削減ができるからである。過去のリソースを使い開発費や時間を大幅に縮小させることは誰もが思いつく。特に携帯型ゲーム機のソフトはリソースが少なくても、売れるソフトは売れるので、企業としては「おいしい」マーケットになる。猫も杓子も過去のリソースを使ってソフトを開発していては、この業界に未来はない。

打開策といっても直接的なものはない。今は我慢の時期だが人材を育てるしかない。業界がデバッガーを含め人材にお金をかけて、次の時期に備える以外にはない。経営のためのソフトが悪いわけでもないし、過去のリソースを食いつぶすことが悪なのではない。一番の悪は、エンドユーザーがバグが多かったり楽しめないソフトを購入することなのだから。



移植なのに元の作品よりバグが多くなってしまうのに疑問を抱いてしまいそうにもなるのだが。

Alexander服部（あれくさんだー・はっとり）：ソフト会社勤務を経て現在はフリー。ゲーム、PCと渡り歩いているが次は未定。ちなみに趣味はプロレス観戦だが、最近では誰も付きあってくれないので悲しく毎日を過ごしている

名越武芸帖

其の十六　CPU戦と対人戦（その1）

もう聞き飽きたかもしれない切り出しですが、相変わらず「忙しい」です。

今一番忙しいのは『F-ZERO』ですね。他にもあるけどE3ショーで実機の画面が初出展されるので気合いを入れてやっています。

今回はレースです。車輪がないとはいえレースである以上、ある意味でお手本にするのは**実際の車のそれらになります**。プレイヤーが操るキャラクターの挙動もそうですし、その他のCPUカーなんかもそれを基準にした上で作成されます。人ごとみたいかもに聞こえるかもしれませんが、何だかとても楽しみです。ウチのスタッフが、まずはどんな解釈をしてVISIONを立て、どういうものを目指すことを提案してくるのか？ が楽しみなわけです。そしてそこから仕上がってきたひな形を、俺自身の考えと擦りあわせながら、作品なりに目指す最終的な形を求めていきます。大変な作業で頭が痛いのですが面白いので本当に楽しみ。車関連のCPUキャラクターなんかは本当に久しぶりですからね。基本は今までのドライブゲームと同じなのですが、何か進化させたいですからね。そこをどこに求めて、どうやって実現するのか？ 最近はしょっちゅう考えています。

さて**CPUキャラクター**。我々も皆さんもよく「CPU」と省略して呼んでいるアレです。コレを作るのって何を基準に、というか何を考えて作っていくと思いますか？ 実は俺は**ゲーム屋さんになる前まで、これが不思議で不思議で仕方がありませんでした。**どういうことを考えて、そしてどうやって作るものなのか？

俺はデザイナーとして業界に入りましたが、それがもの凄く知りたかったのを覚えています。

今はゲーム関連も産業が大きくなって、情報も全般的に行き届いていますから、ある程度は皆さんもご存知だと思いますが、今回はあえてこの「CPUキャラ」と言うものに簡単に触れたいと思います。

先程も言いましたが本当に大変だけどとても面白い仕事です。それはなぜだと思いますか？

では今回は結論から先に述べます。最初に大変である理由とは何か？ それは膨大な「**トライ&エラー**」を行なわなくてはならないからです。

次に面白さの基準はどこにあるのか？ それは俺的にいうと「人間そのものを再発見する」作業だと思うからです。

まず、膨大な「トライ&エラー」を行うという点はすぐに理解できますよね。

（目標→実行→失敗→分析→目標修正）というスタイルをひとつの単位として、何回、何十回、何百回と繰り返しながら結論を導く作業のことです。単純に時間もかかるし分析も面倒なので、大変なのは当たり前とも言えます。基本的にすべての仕事には「トライ&エラー」は付き物ですが「CPU作成」に関してはその中でも特に強い執念が問われます。車の挙動を直すのも、与えられたパラメーターの数値を修正するだけではありません。パラメーターの項目自体も見直しますし、プロジェクト後半に入って、すでに用意されていた関数自体も変更する場合だってあります。もちろん車側だけでなく、走りの部分を大切にするために道の形状そのものを変更することだってよくある話です。面倒くさそうでしょ？ そう本当に大変です。でもなぜそこまで神経を使うのか？ には理由があります。我々は仕事の中で、常にそして最大限に「パブリック」が求める一般性を見つけだし、準備しておかなければいけません。別の言い方で言えば「**広く受け入れられるポイントを予めコンテンツに用意しておく**」ということです。**予めと言うのがミソです。**

そう考えなければならない一番大きな理由は、我々の仕事はリリースした後に換えがまったくきかない仕事だからです。

そもそも我々はコンテンツを通してお客様と接するという、ちょっとばかりじれったい仕事の側面を持っています。なぜじれったいかって？それはゲーム制作に限らないことなのですが、**お客様（プレイヤー）と直接やり取りをしない商売だからです。**商品をお店に売って、そこからお客様が買って、基本的に我々の見えないところで遊ばれるという図式だからです。もっと簡単に言うとラーメン屋さん、おすし屋さんのように直接商品を取引して、結果を目で見てリアルタイムで確認できる、純然たる客商売とはちょっと事情が違うということです。

おすし屋さんが「これは醤油はつけないで」なんて言うお客様へのアプローチは我々にはできません。我々は「醤油はつけない」とCPUに判断させたら、2度と変更はききません。

直接見えない。指摘できない。修正を小まめにできないということは、きついですよ。だから商品をリリースする前に「**大衆が求める一般性**」つまり「**最も面白いと感じられる状態**」（醤油の扱い）**を予想し、準備しておく作業**（賢いCPU作成）が絶対条件となるわけです。

更にゲーム制作には、いわゆるテストプレイとかデバックとか**評価プロセス**を通じて作品を変更・修正する期間は設けられていますが、すでに評価のできるところまで内容ができ上がっている以上、改善・修正を加えることは領域的に限界も生じます。ゲームによって単位は違いますが、おおよそのゲームが半年から1年くらいで作られていると仮定すれば、変更によってその時間の単位そのものを覆す場合だって生まれかねないわけですから更におっかない。

もちろん気力、資金力、時間、等々の様々な問題を差し置いて「**変更すればいいじゃん**」と言いきって考えれば別ですが、現実はそうはいきません。ですからホンの小さな変更から、ズバリとボツにするというサディスティックな選択肢まで、変更という負担は制作においてとても大きな事件です。なので、いくら良い変更を思いついたとしても、時期を逸すれば、その変更すらも実現できないことだってあるかもしれません。そうならないためにも日々の「トライ＆エラー」つまり転ばぬ先のつえを常につき続ける仕事は、本当に大切なのです。

では「**面白い仕事である**」と言った理由は何でしょうか？ 前述で俺は「**人間そのものを再発見する**」と表現しました。なぜそう思うのかというと、「**我々はCPUである**」という持論があるからです。プレイヤーは人間。そして**我々はゲーム機側、つまりCPUである**。という意味です。ではどうやってCPUとなりえる努力をするのか？ ですが、それは現実を分析して模倣することで分かりやすく理解できます。

またおすし屋さんを例にしますが、すし屋の商売のスタイルには色々あるようです。回転寿司もありますが、カウンターのタイプだと、最近はまず「食べれないものはある？」と聞く大将と、そうでない大将に分かれます。ゲームで言えば「セレクター」がある場合とない場合です。最近はある場合が多いですね。更に「握からイク？」「何が一番好き？」「塩で食べる？」など、深い質問をする場合もあります。これは更に深いセレクターに入って行く様子や、オプションでカスタマイズする様子に似ています。

そして食べ始めて「もう一個イク？」「ワサビ多すぎた？」「焼き物でも挟もうか？」などの様子は、コンティニューを要請したり、難易度を調整したり、シナリオを分岐させたりする様子に似ています。そしてそれは客一人ひとりに対して行うことが可能です。

でも先程から言っている通り、このスタイルはすし屋だからできることです。完全に対人によるコミュニケーションを基にしていますから、CPUの出る幕は低い状態です。

これに比べると我々はどんな客が来るかも分からない状況で、このやりとりを予想して用意する、むしろ客の性別、年齢、容姿、雰囲気などから客に合った組み立てを考えてネタを出す、昔ながらの頑固すし職人の思考を求められることに似ているような気がします。では頑固職人らしく「俺のにぎりは日本一！」的な精神で、自分中心に作れば良いのでしょうか？ 違います。そういうところを真似るのではありません。

「**とりあえず出すもの食っとけ！**」的なぶっきらぼうな職人も個人的には好きですが、今どきは流行りません。でも、ぶっきらぼうな頑固職人にも本人なりの客へのモチベーションがあるはずです。そして大繁盛のお店になることができるはずです。ではどうすれば……と思っていたらスペースがなくなったので次号へ続く……

名越稔洋（なごし・としひろ）：65年生まれ。東京造形大学卒。セガ第4研ソフト研究開発部長を経て、現在アミューズメントヴィジョン社長。セガ時代『バーチャレーシング』等にCGデザイナーとして参加後、プロデューサー兼ディレクターとして『デイトナUSA』等をリリース。先日、ゲームキューブで『スーパーモンキーボール』をリリース。

Korea's Game Trend

韓国ゲーム電文

読むのではない。感じるのだ!!

第七回
ちょっと昔の話



ある意味罰ゲーム?? 黎明期の韓国ゲームマニアのマゾヒスティックのプレイとは?

はい〜、韓国のテリョンです。いきなりですが、韓国のコアゲーマーたちは、昔から（日本の）コンシューマゲームを楽しんできました。アクションやシューティングばかりじゃなく、RPGも。韓国人はみんな日本語上手かって？ いえ、そんなわけはありません。彼らのほとんどは、まったく日本語を知らないままでRPGをクリアしたりしていました。まぁ、理解はできないでしょう。さ、ここではちょっくらその話しをしてみます。

セーブシステムがなかった時のゲーム。『ドラクエI』や『ドラクエII』はゲームをプレイするたびにパスワードを入力する必要があったじゃないですか。それは、日本のゲーマーにも大変なことだったんでしょうが、韓国のゲーマーたちにはまさに地獄でした。仮名自体を知らなかったんですからね。だから、パスワードを書くのではなく、描いたのです。それに、すごく良く似た文字がたくさんあります。「し&レ」・「ツ&シ」・「ン&ソ&リ」・「か&が」・「れ&ね&わ&お」・「ぬ&め」・「る&ろ」など……。これらすべてが韓国ゲーマーにとっては死のワナでした。パスワードは、たいてい一文字間違えただけで非情なくらい残酷な展開になってしまうわけじゃないですか。だから、一文字間違えただけで、"セーブデータがブッ飛んでしまう刑"にされてしまうのでした。

だから、間違えないように精神を集中して一文字ずつ描いて描いて、その厳しくツライ作業が終わると、また目玉が抜かれるぐらいに集中してTV画面と比較して確認しました。そういう意味で『ロックマン』の"玉はめパスワード"は素晴らしいものでした。

パスワードはさておき、言葉の意味も知らずにプレイするRPGはどんな面白さがあって、どんな風に解くのか？ でも、不思議なことに言葉を知らなくても"今どんな状況で・なにをやるべきか"はたいてい分かります。何となくね。……と言いましたけど、今になって考えると、私自身にもよく理解できません。昔のファミコンの表現能力を思い出してみてください。今のようにポリゴンキャラが行動ですべてを見せてくれるようなものはなかったんですよ。なのに何となく推測してRPGをプレイしてた（しかも面白く）のは、まさに超能力の境地ですね。

もし行き詰まると、一日中でもTVの前にくっついて一歩ずつ移動しながら全ての地點（1コマずつ）をいちいち調べてみるのです。これは基本中の基本。特に『ドラクエ』。そうやって端緒を見つけたり、アイテムを入手したりしたのですから、すごい人々でした。あえて比較すると、新宿のどこかに落ちている百円玉を一歩ずつ歩いて見つけ出すようなことです。

アイテム、魔法なしでゲームをクリアするのも普通でした。日本語を知らないから、アイテムと魔法も何が何なのか分からないのです。だから、戦闘をやるとしても、まぁ複雑にはなりません。ひたすら攻撃!! もちろん属性に合った攻撃とか、特別なアイテムや戦略が必要なボスもたまにあります。でも、戦略の不在を地獄のレベル上げでカバーしました。たとえば、"今度出るボスは火に弱いから、火の魔法で倒すのじゃ"と町の人が言ってくれても、日本語が分からない韓国のゲーマーはその事実を知らないまま堂々とボスと戦っては、ヤラれます。何度も何度も。そして"レベルが低いのかな……"とか思ってレベル上げに走ります。で、闇雲にレベルばっか上げては簡単な攻略法を無視して（とういよりはパスして）、殴り倒すのです。1回の攻撃でHPを1ずつ削って。

それのどこが面白いのかよ!? ……って叫びたくなる気持ちは分かりますが、それでも楽しかったのです。牧歌的な時代でしたね。あんときゃ（遠い目）。

で、私はいつのまに日本語を喋れるようになった（でたらめなんだけど）のでしょうか？ 不思議ですね。まぁ、ゲームの力ですよ、ゲームの力。イヤ、本当。

テリョン（鄭泰滝）(bulmory@gamerz.co.kr)：この原稿書いてると昔の思い出がボロボロォ〜。本当、古き良き時代でした。『ドラクエ』のセーブデータはブッ飛んだりしたんだけど。

※この原稿は韓国人のライターが日本語で書いています!!

ゲーム業界人のムナしさが伝わってしまう！　下請け制作会社一筋の著者が贈る連載第7回！

悲しく楽しい ゲーム業界㊙事情

Written by
橋本和明

第7回　プラットフォームの選び方

今回は　プラットフォームの選び方。とはいえ、実際、ただの下請け会社という位置で仕事をしていると、プラットフォームを選ぶ、なんてえらそうな事態には早々ならないから、あんまりリアルな話にはならないかもしれない。せいぜい私が与えられている権限なんつったら「適当にハードでタイトル出すんだけど、どれにする？」と、PSとDCを与えられて「どっちもやりましょう」という程度しかできないし。

CASE① 費用的観点から

まず一番にあげられるのはこの点。今やゲームソフトなんて、このハードでなきゃできない、なんていうことは殆どなく、ほとんどが費用的観点でプラットホームが決定しているといっても過言ではない。例えば、PS 2では費用がかかる、といわれている。初めてさわる機械で時間がかかるのは当たり前。ある程度ソフトが揃って、資料もある程度存在し、何度かPS 2タイトルを作った所も増えた今となっては、PS 1と開発コストはあまり変わらない気もするが、高級ハードでは、それなりに作りこまなきゃいけないんで、やっぱりちょっとは高い。つまり、プロジェクトの大きさで、機種が決まる。

CASE② 売れるかどうか

どんなソフトでも、1本でも多く売りたいという気持ちには変わらない。売りたい気持ちだけで作ることに関してはおざなりな所も少なくないとは思うが、1本でも多く売れれば当然お得。となると、売れるハードでソフトを作ることになる。売れる本数と、前述の開発費のバランスが、プラットホームを決定するのだ。じゃあ、なんで、売れるかどうかわからない新ハードでソフトを作るのかというと、ハードメーカーから開発費をいただけたり、売上本数の保障がついて、それ以下の出荷本数でも、保障までの本数を売り上げた前提でお金をいただけるのである。メーカー的にも注目はされるので、宣伝にもなるしな。

CASE③ しがらみ

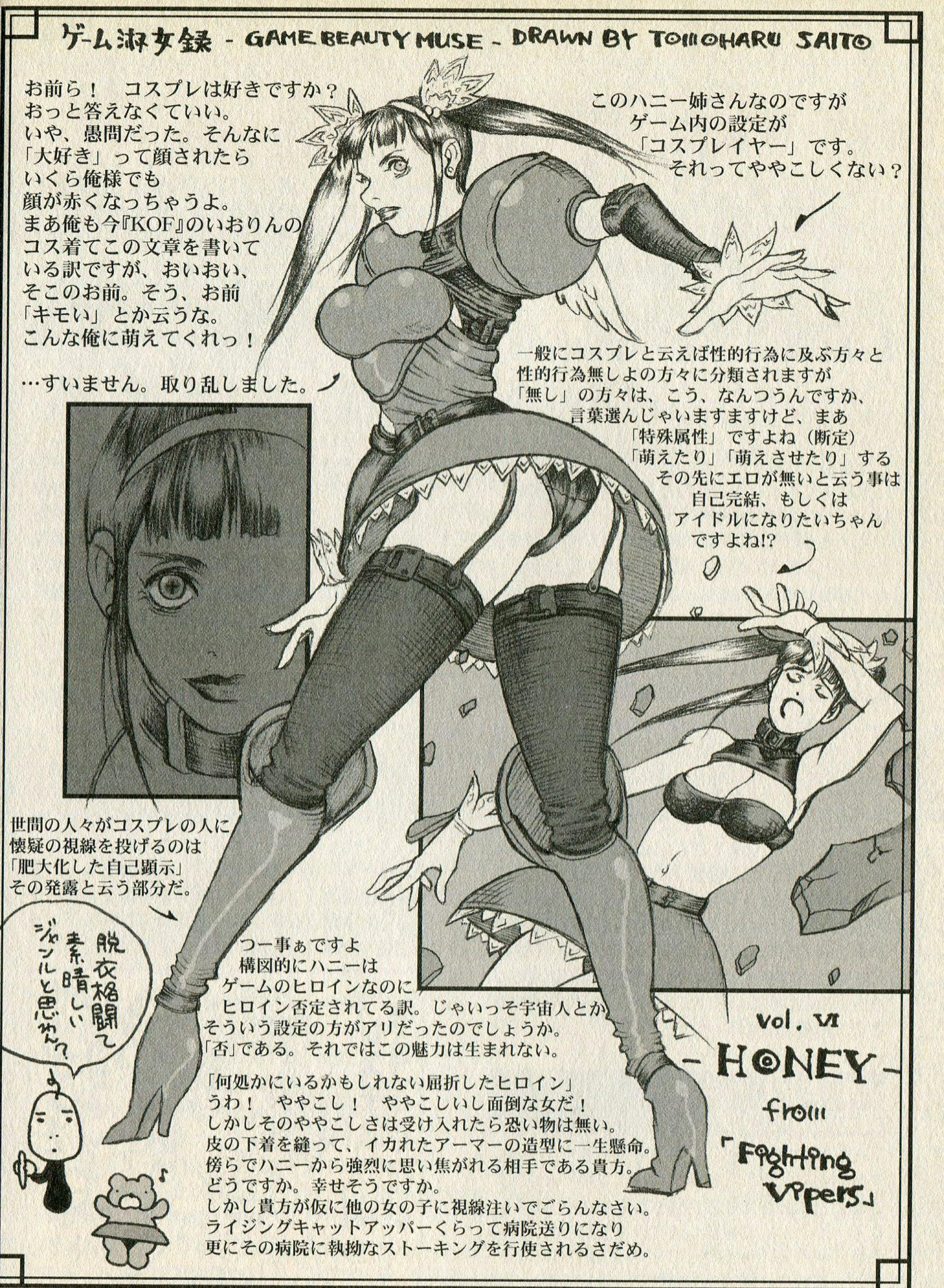
意外によくあるのがコレ。売れないのは分かっているけれど、ハードメーカーが資本で入ってしまっているとか、タイトル出す、といい顔して、営業上いろいろ優遇してもらった手前、どうしても作らなきゃいけない場合がある。本当はPSで出したいのにDCで出して、「DCでなきゃ動かないんだ」と、お客さんに豪語したものの、開発室では、DC売り切った後に速攻で発売するためにPSで開発している、なんてケースもありえなくもない、というか、あるような気がする。大概このようなタイトルは、とてつもなく超大作で、費用が足りなくなって、ハードメーカーから借りてしまったとか、夜のお付き合いでできた飲み代を返すため、最低限の費用で作られたタイトルか、2つに1つだ。

以上がプラットフォームの決まる殆どの理由だろう。中にはハードの特性というものもあってXboxでは海外でも売れそうなタイトルを作らなきゃいけない、むしろ日本は売れないので海外向けなんていうのもあるらしい。いずれにせよ、前述の理由から、ハードメーカーがやる気をなくすと、NEOGEOポケットなどの例もしかり、ソフトが作られることは無いのである。



イラスト：安本豪

橋本和明(はしもと・かずあき)：小学生の時からプログラマーとしてゲーム制作に携わり、シナリオライターなどを経て、現在はゲーム制作の下請け会社を経営しつつ、フリーライターとして様々な雑誌で活躍中。



ファイティングバイパーズ2　ジャンル：格闘ACG／メーカー：セガ／機種：DC／価格：5,800円／発売日：2001年1月18日

斉藤智晴（さいとう・ともはる）：「今回でこの連載も一周年と云う事で皆さんどーも有難うございます」と感謝する
薄幸で発酵してる発光イラスト描き。八甲田山在住。http://www.ocv.ne.jp/'la-saito/

エロの星の名の下に 原点回帰

南敏久

第14話『めいでん☆ブリーダー』

ジャンル：育成SLG/メーカー：teatime//機種：Win95＆98＆2000＆Me＆XP/価格：8,800円/発売日：2002年3月21日

えーとですねこのコーナー、前回よりカラー化とあいなりましたので今まで掲載してもその質感が判り難かった、でんのうせんしポリゴンな3Dモノを紹介しようと今回は『めいでん☆ブリーダー』の登場です……ってちょっとちょっと！　奥さん！　いつのまにかまたモノクロに戻っちゃってるじゃないのよさ。モウ前回だってさ、新体操ネタだったのにレオタードちゃんの写真載っけてくれないし、もっと前のバニーちゃんのゲームのときもそうだったし……とほほ。選んだ甲斐がないですなぁ……。とまあ愚痴ばっかり言っていても原稿は埋まるのですが恐らく世間が納得してくれないと思うのでゲームの説明に移ります。『めいでん☆ブリーダー』の主人公はタイトルでもお分かりのように「メイデン」を育てるブリーダーです。では「メイデン」とは何ぞや？　それすなわち明和電機の略称ではなく、設定はややこしいので省きますが、要するにみんな大好きな猫耳にゅんにゅんな女のコであります。

トップブリーダーを目指して邁進する主人公ですが、メイデンちゃんの教育調教朝晩のご飯と日々の生活にはなかなかの費用がかかります。田舎から持参してきた支度金もまたたく間に底を突くので稼がなきゃならないのですが、コレが育てたメイデンちゃんを月に2度劇場で歌ったり踊ったりさせて取っ払いでギャラをもらう（もしくは彼女をオークションに出して売り払う）というまったくもって彼女たち任せな社会システム。お金がないから上手く育たない↓技術がないからろくにギャラがもらえない↓お金がなくて……といった堂々巡りな、エンゲル係数の高いカツカツの生活を送るハメになります（特にエロ中心に育成すると……）。

で、まあ一緒に暮らしてる間は尖った八重歯がこつこつ当たるおしゃぶりもなかなか気持ち良いし、指とかで弄るとはにゃあと嬌声を上げて楽しいんですが、何より辛いのがこのメイデンちゃん、我々の時間にして約60日前後と、寿命が非常に短いんです。俗に串打ち3年裂き8年、焼き一生と言うように、芸事を身につけるにはそれはもう大変な月日を要するのですが、こいつらは何とか芸を覚え出した頃になると次から次へとバタバタおっ死んでいくので最初こそ多少胸がきゅんとするものの、その後何匹も何匹も相手にしていくとその生命力のなさにだんだん腹が立ってきます。頼むからもうちょっと頑張ってくれ。南サンが子供の頃飼ってたアカハライモリやアフリカツメガエルの方がまだ長生きだったよ。



時期的にコレってどうなのよという画像ではありますが、メイデンは人間ではないということを忘れてはなりません。

南敏久（みなみ・としひさ）……1973年生まれ。お人形さん好きの変態に辟易している特殊造型業＆怪獣博士。2002年2月26日に成田亨さんが急逝されました。追悼の意味も込めて以前本誌の表紙に描かれた飛竜剣　作りはじめてます……亡くなる前に一度でもお会いしたかったなあ。ご意見ご感想、ちょっとイイ話や優良店情報などありましたらerohoshi@hotmail.comまで。

秋田県・土田さんへのお返事①チョコは好きです。②コピック（グレー系）を使ってます。③DVDでネットのみの販売なので普通の方は多分見ることはないと思います。④獅子丸先生は恥ずかしがり屋さんなので難しいと思います。⑤すいません。64のヤツは遊んでません……の第14話

ゲームはどのような可能性をもっているのだろうか?!

複眼視点

ネットワーク／通信機能が当たり前になりつつあるゲーム機。

Produced by 武田丸男

グラフィック、サウンドなどの表現力は限りなく進化を続け、家庭のエンターテイメント機として、"ゲーム"という枠に囚われることなく発展を繰り返すテレビゲームの行きつく先には…?!

第15回 ゲームはどこまで進化するのか?!

この本が発売される頃（6月上旬）には、アメリカで開催された"E3"（ElectronicEntertainmentExpo）で発表された（はずの）、各ハード会社を中心とした新製品／新機能の話題がテレビゲーム業界を席捲していることだろう?! 2月の新発売以来、日本国内では販売不振とトラブルのダブルパンチに見舞われていたXboxの"ネットワーク戦略"には、目を見張るものがあるのだろうか? いよいよ通信機能のサービスを本格的に開始するPS2、GCの秘策は、いったいどのようなものなのだろう?

日本でも本格的に普及をはじめたブロードバンドによるネットワーク・サービスは、ゲーム業界にも大きな影響を見せ、今回の"E3会場"での発表で、すべての現行ゲーム機（DC、PS2、GC、Xbox）は、何らかの形で通信機能を持つことになる。

通信という新たなステージに入ったゲーム機とそのソフトは、いったいどのように可能性を見せるのだろう?

ユーザー代表

ゲームはゲーム（進化の前に）。

（アキラ　18才　高校生）

音楽CDの困った勘違い

先日、あるレコード（CD）会社から、PCでのコピーができない（コピープロテクト）機能の施された音楽CDが発売された。報道されていたように、結果はPCマニアの腕と技術の発揮どころとばかりに、ネット上のあちこちに大量のコピーが出回ってしまい、メーカーの思惑や計算通りにはならなかったようであった。

音楽業界ではこの数年、正規のルートで販売される音楽CDの売上げが何年も連続して前年比マイナス傾向にあるという。その原因がPCを使用してのコピーにあるということらしく、それを防止する機能をつけることによって"対策"としたらしいのだが、筋違いの見解だと思う。

音楽CDの主たる購入層は、若い世代であることは間違いのないところ。同世代、もしくは年齢が少し上のミュージシャンのメッセージ（音楽）を、CDから受信する（30年ほど前はレコード"黒盤"だったらしいが……）。このことは、何年も昔から定着している"繰り返される歴史"といっても良いかもしれない。

また、この世代は、AV機器、PCなどの新製品にも敏感である。その"若い世代"が、不正にコピーされたCDを（友人経由などで?）入手してしまうために、正規に販売されたCDの販売数量が伸び悩むどころか減少傾向にあるのだという。

それは勘違い、というしかないでしょう!

数年前に登場したばかりの携帯電話やゲームソフトだけでなく、僕たちの世代が金銭を消費する（してしまう）方向は、実に多様である。それは恐らく、わずか10年ぐらい前の世代と比較しても顕著なことだと思う（当時は当時で



いろいろな状況はあったと思うが……)。

デジタル技術の進展によって、パーソナル志向をどんどん強めるとともに、新製品の洪水がつづくAV機器／PCなどが僕たちの周囲には氾濫している。ゲームソフトに代表されるコンピュータ・ソフトも、今までにない面白さを追求したものが続々登場している。そのような中、今日、というよりも現在、テレビゲーム・ソフト以上のタイトル数で新登場／新発売されている音楽CDに、それらよりも魅力的なものがどれだけあるのだろうか？

相も変らぬ〝テレビとのタイアップ〟（番組テーマ、CFソングなど）や陳腐としか形容のしようがない多くのラブ・ソング……。一部に素晴らしいものが存在することは認めるが、他のもの（消費対象商品）を押しのけて勝ち残り、存在するものが何％あるのだろうか？

多様化する消費方向

思わぬ方向に話しが飛んでいってしまったが、話題を原点に戻すと……。

テレビゲーム・ソフトを購入する僕たちの心理も同様である。面白さ（期待度）、価格、他の商品との比較、購入をする際のタイミングなどは、テレビゲームや音楽CDだけではなく、すべての商品を購入する際に検討する必要条件だろう。

FCに始まってSFC、PS、DC、PS2、GBなどの携帯ゲーム機……、僕たちの周囲にあるゲーム機と、それに対応するゲームソフトは、今まで本当に刺激的な存在だった。面白いソフトは、本当に数多くあった。（不振がいわれている）Xboxにしても豊富な表現力を駆使したゲームソフトが登場している（企画が〝？〟かもしれないけれど）。

でも、それらのゲームも、最近では〝安全策〟を意識した続編が多すぎはしないだろうか？

ゲームソフトはハードの性能／表現力の向上とともに、飛躍的な進化を見せてきたが、その面白さの〝原点〟にあるものは、面白い企画であることは間違いない。ゲームソフト以外の、大量に溢れる商品（＝消費対象）との競合に打ち勝つために、斬新な企画ではなく、実績のある続編に頼る姿勢は、販売不振をコピーのせいにする音楽業界のそれと似たようなものになってしまうのではないだろうか？

ターゲットを同じにするすべての商品は、他の分野のものとも競合状態にある。言い換えれば、テレビゲームよりも面白いものがあれば、必然的に多くの人々の興味／消費対象は、そちらに移行していってしまうだろう。

ゲームの場所

ハードの開発競争の結果、僕たちはものすごく面白い、いくつものゲームソフトに巡り合うことができていた。そして今、進化を続けるテレビゲーム専用機は、家庭の中のエンターテインメント商品としてDVD機能、通信機能などをもった複合機＝いろいろなことができるAV機器に変貌しようとしている。

そのことは、産業の発展、技術的な意味からも〝流れ〟ではあるのだろうが、そのことがゲームの面白さを損なうことに繋がっていってしまうのではないだろうか？　といったことが、今日僕が、本当に心配に思っていることなのだ。僕たちの中における〝ゲームの場所〟は、いつのまにか〝侵すべからざる、絶対無二な場所〟になっているのだから、ゲームはゲームであって欲しいのだ。

ゲームはゲーム、それ以上のものでも以下のものでもないのだ。

業界代表

ネットワーク機と複合機。

（タケリン　44歳　業界歴14年）

テレビゲーム機の持つこれからの“可能性”に、2つのテーマからアプローチをさせていただいた。

この数年来続いている業界の沈滞ムードに、どうしても肯定的な意見を述べられないのが残念ですが……。

ネットワーク機としての可能性？

ネットワーク機能が標準搭載されたドリームキャスト（以下、DC）の登場により、テレビゲーム専用機は、“専用機”という一分野から“汎用機”への第一歩を踏み出したのかもしれない。

それまでネットワーク機能というのはPCに限られた機能ではあったが、通信料の支払いを“理解できる”、年齢的にも20歳前後から上の男性を中心ターゲットとしていたDCにとって、PSに対しても決定的な差別化を図ることのできる機能として標準搭載された訳だが、結果的にはコンテンツの問題なのか、PSの優位を覆すことはできずに製造中止／撤退ということになってしまった。結果、セガはマルチプラットホーム・コンテンツ・プロバイダーとなったわけだが、その件は別の機会に譲るとして、従来、ゲームソフト（カートリッジ、またはCD-ROMなど）をスタンドアロンでプレイしていたゲーム機に、新たな可能性が見え始めた瞬間でもあった。

さらに加速度を増しつつあるブロードバンドの普及がそれらに呼応して、いずれの現行ゲーム機にもネットワーク機能が付加されることになってきた。

PS2は、“サポーター”として複数の有力プロバイダーのグループ化にも半ば成功するとともに、5月中旬より『ファイナルファンタジー』の新作をメイン・コンテンツとして、遅ればせながらブロードバンド・ネットワークへの本格的参入を開始する。

さらに今夏にはXbox、GCも、それぞれが対応ソフトの発売／対応サービスの開始をスタートさせることだろう。

これからテレビゲーム機は、これまでの“ゲーム専用機”から少なくてもインターネットへの接続機能を持った“複合機”に変貌することになるわけだが（音楽CDやDVD再生機能というのもあるが、ここではネットワーク機能に限定して）、ネットワークゲーム機は、これまで以上の世界＝新しい遊びの世界を構築することができるのだろうか？

隣国・韓国では、高速通信網が全国中に張り巡らされているようで、世界でも最も進んだネット社会が構築されていると聞く。また、ソウルなどの大都市には何万軒ものネットカフェ（PC房）が存在し、様々なジャンルのネットワーク対応ゲームが楽しまれているようだ。それらはテレビ番組の人気コンテンツにもなっているようで、チャンピオン・クラスのプレイヤーは破格の収入を得るとまで言われている。同国では、長く日本製品が受け入れられなかったこと、また、日本のメーカーも製品のコピーを恐れて韓国への進出に抵抗があったため（PS2が入り始めたようだが）、韓国におけるネットワークは、当然のことながらPCが今までも、これからも支えていくことになるのだろう。

アメリカにおいても同様のことが言われている。

北米には、早くからFCをはじめとした日本のテレビゲーム機が進出を果たしている、というよりも、一部の人気ソフトの需要は日本の比ではないらしい。しかしながら、北米地区においてはテレビゲーム機＝子どものもの、PC＝大人のものといった整理がなされているようで、ネットワーク機と



コンシューマゲーム機で本格的にネットワーク対応したDCも苦戦続きであった。

いうのは、そのままPCを指すことになるようだ。(この点、Xboxの通信機能／サービスが、アメリカでどのように受け入れられるのかは興味のあるところである)。

話しを戻すが、日本においても、(家庭用のテレビをモニターとする限り) ゲーム機の通信機能のコンテンツとして期待されるものは、やはりゲーム、ないし、ゲームに類するものになるのだろうが、かなり先行してしまっているPCをライバル視するとともに、生き残るためにはPCには無いコンテンツ／サービスの供給が求められてくる。これまでネットワーク機能を持つゲーム機はDCしかなかったために、ほとんど独特の世界のような扱いがなされていたが、これからは〝ゲーム業界〟の中だけではなく、ネットワークの大海に船出することで、ゲーム機は世界中のPC関連業界とも競合関係になる。

そのような状況下におけるゲーム機の活路は、やはり〝スタンドアロン〟のゲーム＝従来からのゲームソフトになってしまうのではないだろうか？

ほとんどゲーム機のネットワーク機能がもたらすであろう〝可能性〟を否定してしまっているようではあるが、〝そのゲーム機でしか出来ないネットワーク・ゲーム〟とは、始めからネットワークを否定しているものでしかない。ゲーム機がハードの垣根を越えるのであれば話は違ってくるのであろうが。

ホーム・エンターテインメント機器としての可能性？

PS2がDVDの再生機能を持ち、(アダプタが必要になるが) XboxやGCのグループにある〝Q(松下電器製)〟も、同様の機能を有している。

ビデオデッキの後継機として家庭用DVDが登場して以来3年半ほどが経過した。当初伸び悩んでいるように見えたDVDハードも、2年前のPS2の登場によって漸く上昇ムードに入り、映画ソフトなどの廉価版の登場により、加速度をつけ、一気に定着したようである。

さらに昨年後半より価格改定をしたPS2の勢いは留まることがないようで、同機の国内1千万台突破の時期も迫っているようである。しかしながら一方で対応ゲームソフトはどうなのだろうか？『鬼武者2』がミリオンセラーを記録したとのことではあるが、その他の作品にハードの購入を促進するような、ハードとともに上昇カーブを描いている、といったような目立った作品はないようである。

一方で映画などのDVDソフトは、タイトル数、販売数ともに、順調に数字を伸ばしているようである。複合型ゲーム機＝PS2に接続されたモニター＝テレビは、何を映し出しているのだろうか？ ゲーム機は、複合化を進めることでゲームも出来る機器として定着することになっていくのだろうか？

元来AV機器メーカーであったソニーにとっては、それはそれで評価されることであるのだろうが、ゲーム業界にとってはいかがなものなのであろう？

いずれにしても、新しいステージに突入するゲーム機と、それに対応するゲームソフトの可能性には、それぞれ別のフィールドが広がっているのではないだろうか。

両者を俯瞰して…

ファミコンが登場して以来20年近い年月が過ぎようとしている。発売当初より永いこと子どものおもちゃに君臨しつづけてきたゲーム機も技術的な向上、様々なマーケティングを経て、家庭用エンターテインメント機器としてのポジションを担う状況になりつつある。そのようなトレンドは、ゲーム機がネットワーク機能、DVDなどの映像再生能力を有することによって、さらに加速度を増していくだろう。長い間ゲームを遊びつづけてきた熱心なプレイヤーにとっては、面白いコンテンツ（ゲーム）が楽しめるのであれば、機器の性能向上にそれほど頓着がないように見えるのは、無理のないことかもしれない。一方ゲームを仕事にしている人にとっては、ゲーム機が、従来のゲーム業界からどんどん離れていってしまうような危機意識を感じているのではないだろうか？ 〝テレビゲーム〟、〝ゲーム機〟という定義が難しくなっている状況にゲーム業界は安穏としていられないだろう。

武田丸男（たけだ・まるお）：広告／デザイン業界からテレビゲーム業界に十余年前に転身。数社のゲーム関連会社で家庭用ゲームソフトの販売・宣伝・ソフトのプロデュース業務に携わる。近頃自分でゲームを楽しむ暇がないことを嘆いている。

M Electronic. Composed. Music.

春休みGWに行われたGMライブをレポート!!

今回の「ECM」は特別版として通常のサントラCDレビューではなく、春休みとゴールデンウイークに相次いで開催されたイベントをレビューしてみたい。

……そういえば、GMを聴きに出かけるって久しぶりだなぁ。

●ポップンミュージック★アーティスト大集合!

2002年3月30日　日本青年館／出演アーティスト：フレディ波多江・good-cool feat.すわひでお・長沢ゆりか・パーキッツ・Sana・新堂敦士　他

コナミの誇る音ゲー『BEMANI』シリーズの中でも、特に幅広い音楽ジャンルをカバーする『ポップンミュージック』。業務用では最新作となる『8』(ポップンシリーズ通算では13作目)が発表されるほどの人気作品だ。

今回行われたライブでは、本作に参加したアーティストの中でも、特に人気を集めたシンガーが出演。それぞれの持ち歌や『8』に収録される新曲などを存分に披露した。

個人的な感想だが『ポップン』には素晴らしいインスト曲も多いのだから、それらも演目に加えて欲しかった。また、ライブではトリを飾った新堂敦士氏が「つんくビ♂ト」に参加したことからファンが急増し、チケットが入手困難だったことも残念だった。

一時期頻繁に開かれた「声優やギャルゲー人気にあやかった安易なイベント」とは異なり、自社ゲームでシンガーを発掘し、立派なイベントを開けるまでに育てあげたコナミの手腕は高く評価したい。

●「H.」ライブ(GameJam2にて)

2002年3月31日／出演アーティスト：H.(ヒットメーカーサウンドチーム)

80年代に起こった「GMバンドブーム」。その中核を担ったのはセガのサウンドスタッフとプロミュージシャンの混成で生まれた「S.S.T.バンド」であった。その元メンバー川口博史氏がサウンド開発部部長を勤めるヒットメーカー社に、AM2研所属だった光吉猛修氏が移籍し、「H.」は結成された。

今回のライブは「GameJam2」内のプログラムの1つとして催されたもので、無料で聴くことができた。しかしながら決して質の低いものではなく『PSO』や『サクラ大戦』を目当てに訪れたセガファンをも楽しませた、内容の濃いものであった。

『セガガガ』や『レンタヒーロー』といったマニアックなレパートリーに加え、ヒットしなかったが音楽性の高さが光る『クラッキンDJパート2』、そして往年のファンの涙を誘う『アフターバーナー』『パワードリフト』が演奏され、短い時間だったが、それを感じさせない激しいライブに大満足。

「H.」の魅力は、同社のスタッフ

中村方俊氏のコメント
from LEGEND

①昔からの夢であったゲームミュージックアーティストによるクラブイベントを開催することが出来て、本当に嬉しく思っております。イベントを始める前は「100人来るのか?」と危惧されつづけておりましたが最終的には700人を超えるお客様が足を運んでくださり大盛況に心から感謝しております。イベントの内容では、DJ、VJによるプロ同士の才能の融合が印象的でしたね。自分の中でもそれぞれのアーティストのレベルの高さを理解していたつもりでしたが、それを遥かに超えていました。DJ、VJをはじめとする関係スタッフの皆様、ならびにお越し頂きましたお客様全員に、改めて御礼申し上げます。④他に出演を依頼したアーティストはおりません。クラブイベントということで、今回の主旨をご理解いただけると思われるアーティストの皆様にご出演をお願いしました。特に古代祐三氏はクラブサウンドをゲームミュージックに取り込んだ元祖とも言える存在で、今回は『ベアナックル』を中心としたDJを行ってくださったのですが、ほぼ当時のゲーム原音そのままで盛り上がれることに、その凄さを改めて感じとることが出来ました。今後の開催予定は未定ですが、アーティストとユーザー、両方の立場から「楽しかった」「来て良かった」と思っていただけるようなイベントを開催できればと思っています。

松前公高氏のコメント
from LEGEND

①ゲーム関係のイベントはS.S.T.BANDのライブ以来です。普段のDJもダンスフロアのものではなく、カフェ等でのものでしたので、今回の様なイベントは実際にははじめてでしたが、なかなか楽しめるものでした。今回は、LIVEというソフトを使って、リアルタイムにゲーム音楽にキックやループドラム、効果音などをミックスしてその場で作り上げました。②ゲームミュージックファンの方にとっては僕は、S.S.T.BANDのメンバーという事でご存じの方が最も多いと思われましたので、前半はSEGAの曲を中心にしてみました。でもそれだと、一方のPSG音源好きの自分が出せないので、後半はファミコン中心にしました。曲については、自分の作曲した曲ではなく、自分もいちGMファンという立場に立って選曲してみました。

①LEGENDはいかがでしたか？　②今回のDJで使われた楽曲を選んだポイントは？
③御自身の手掛けられた楽曲が、今でも多くのファンに親しまれている事について、どのように思われますか？
④主演DJを選んだ理由は？　また、他にも出演をお願いした方はいましたか？

E.C.スペシャル

イベント満載記念の特別バージョン！

大盛況!! GMライブレポート

達がファンの期待に応えようとする気持ちが伝わってくる、「手作り感」のあるプレゼンテーションだ。その活動には今後のセガの希望を見ることができる、と評するのは大袈裟だろうか？

●LEGEND

2002年5月4日／出演アーティスト：古代祐三・めがてん細江・nanosounds・松前公高　他

メーカーの枠を超え、夢のような出演者が集まった『LEGEND』。GMファンならほとんど知っているであろう作曲者たちを、絶妙な選択でブッキングした主催者に拍手を送りたい。

「LEGEND」はライブイベントではなく、GMをDJ形式で聴き、踊る、クラブイベントとして開催されており、UGA社による『Rez』の実演や、GMファンにはお馴染みのサイトロン社やセルピュータ（カプコン）の用意したイベント限定アイテムも発売されていた。

特に初CD化となった『アレスの翼』は好評を博し、後日HP上で追加発売されるまでに至った。（こちらも発売日に即日完売してしまったとのこと）

演目については事情により詳しく書くことができないが、「原音に近いGMを大音量で楽しむ」スタイルと、「リミックスされたレトロGMを展開する」スタイルに分かれた、各DJの考え方の差違を存分に堪能することができた。特に松前公高氏の披露した「フロアの反応を見ながら即興で音を組み上げていく」プレイには、洗練されたベテランの腕を見せつけられた。

また、流れる音に合わせて映像素材を展開するVJたちのセンスと技術も特筆もので、視覚聴覚をミックスした興奮が次々と襲ってくる快感は、そう簡単に体験できるものではないだろう。

GMを利用したクラブイベントは、小規模の会場でオールナイトで行われることが多く、知名度も高くなかった。それに対して、今回のイベントは昼開催で、会場の規模も決して小さいとは言えないものであった。だが蓋を開けてみれば、最終的には会場側からストップがかかり、当日券の販売を打ち切らざるを得ないほどの大盛況となった。反省点も多いと思われるが、文句なしに楽しかった一日だった。ぜひ定例イベントとして定着してくれることを希望する。

●総括

今回紹介したイベントに共通することは、全て「ネット上のコミュニティー」を元に発展したイベントであるということだ。マニア同志が容易に交流できる環境が、より多くの人々の共感を得るようになり、GMというジャンルは今まで以上に楽しいものになってゆくのではないだろうか。

細江慎治氏のコメント *from LEGEND*

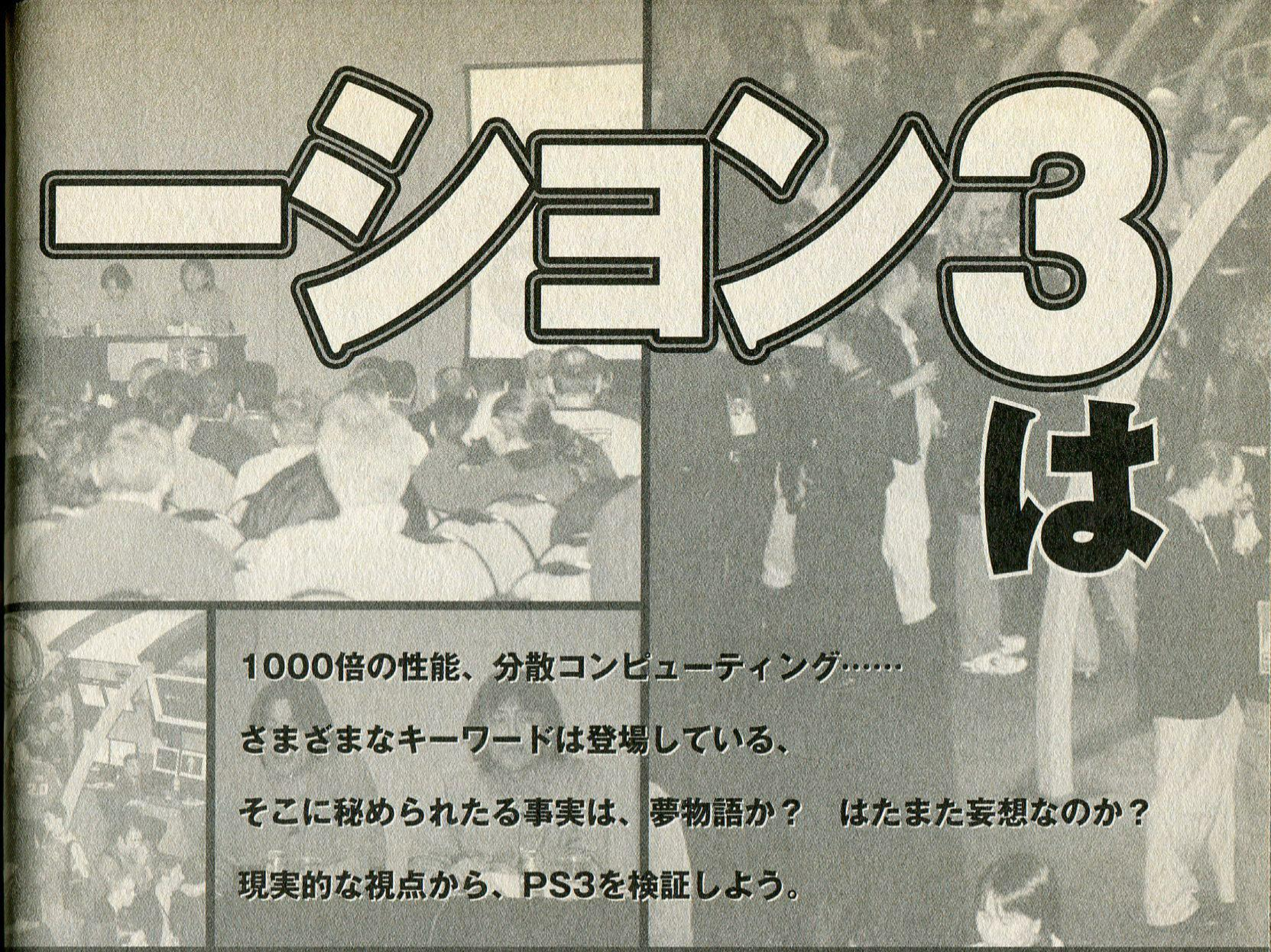
①まさかこんなに大事になるとは想像もしてませんでした。非常に喜ばしいと共に自らフロアに降りたかったです。②基本的にはテクニクビートの音楽という事で、ナムコのオールドミュージックという形にプラスして、80年代の臭いをプラスしてみました。あとは苦笑と笑いですか。③作り手として嬉しいですよね。特に良い時代に当たったなと思います。まだ家庭用の世界ではひよっこ同然なので、これからが勝負ですね。

遠藤雅伸氏のコメント *from LEGEND*

①今まで無かったのが不思議に思います。試みとして良かっただけでなく、今後も続けて欲しいですね。
○ 1つのシリーズやゲームなどについて掘り下げて長く聞けてもいいかな。
○ 5時間は体力的に長かった。
○ 会場が狭くて踊れなかった。
○ 映像はそこそこ楽しめた。
などなど、特別に他の人と変わった感想はないです。逆にトークショーとか交えてブレーク入れても良かったと思います。会場に来てる面子見ると(笑)
③ティーンの時代に共有したものは、いくつになっても
魅力が失せないんでしょうね。ありがたいことです。ウルトラセブンの新作が作られているように、ゲームも新たな手法でリメイクみたいなのがありますが、それが世代のギャップを埋めてくれるといいなぁとも思います。

G-trance（ジー・トランス／罰帝）：もし今回が通常版ECMだった場合『JETでGO！2』『グラディウス』『式神の城』『スペースチャンネル5』あたりを紹介しようと思っていました。『怒首領蜂大往生』サントラ化熱望中ナリ。

・ポップンミュージック★アーティスト大集合！　http://www.konami.co.jp/am/popn/music7/live/
・ヒットメーカーサウンドチーム　http://www.hitmaker.co.jp/game/SOUND/home.html
・LEGEND　http://www.game-music.com/legend/



ーション3は

1000倍の性能、分散コンピューティング……
さまざまなキーワードは登場している、
そこに秘められたる事実は、夢物語か？　はたまた妄想なのか？
現実的な視点から、PS3を検証しよう。

ゲーム開発者にとっての天国
ゲーム・ディベロッパーズ・カンファレンス
PS3の姿はサンノゼから見えてきた。

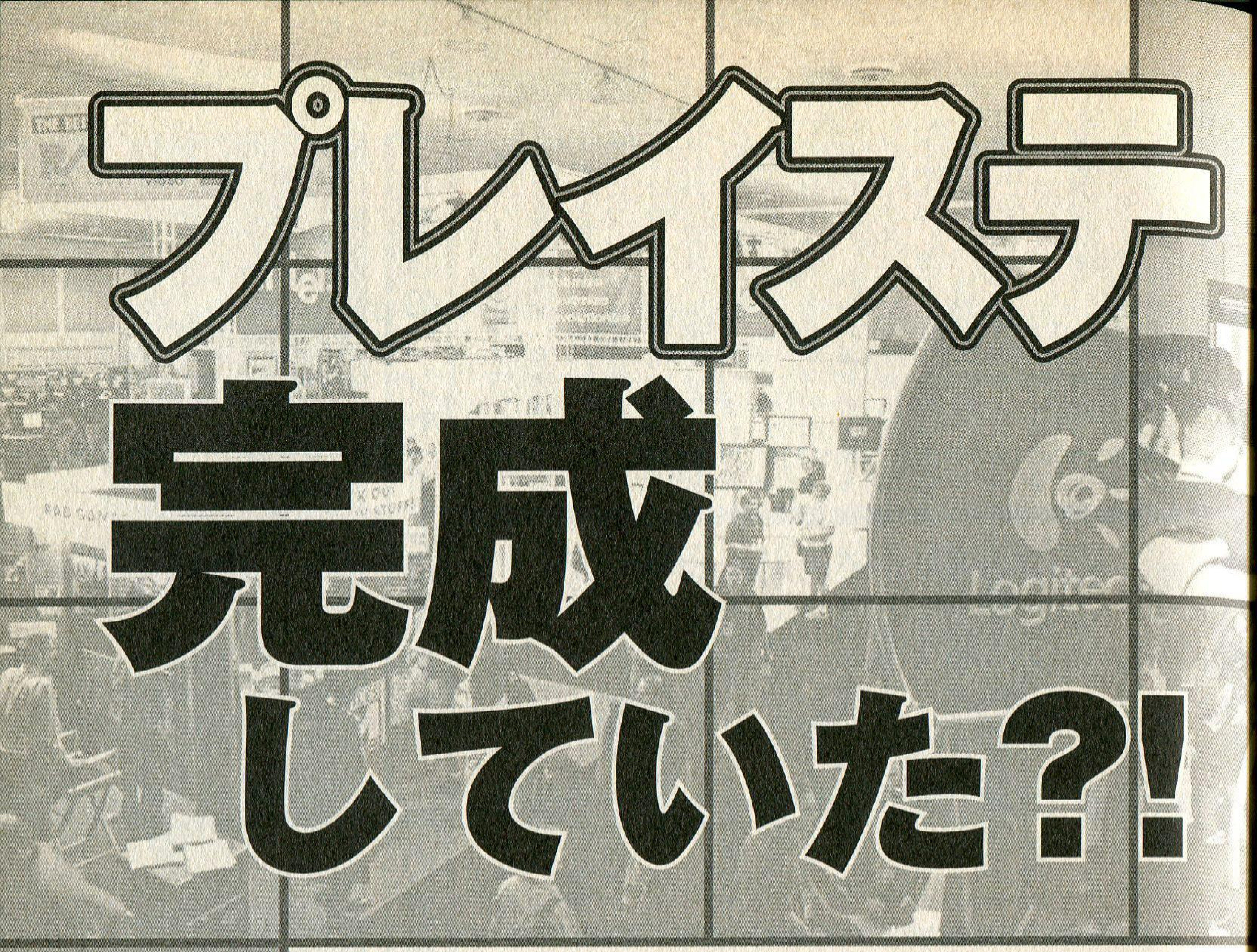
3月19日から23日までの5日間、世界最大のゲーム開発者のためのカンファレンス、ゲーム・ディベロッパーズ・カンファレンス2002(以下GDC)が、シリコンバレーの中心地サンノゼで開催された。全世界から集まるゲーム開発者の数は1万人に及び、勉強を目的としてやってくるという点では、東京ゲームショウやE3といったゲームの展示会とは意味合いが違っている。提供される講演の数は270種類以上で、参加者は目の回るような忙しさで、講演を選択しては受講していくことになる。

講演者には、『Sim』シリーズのウィル・ライトや、『ブラック・アンド・ホワイト』のピーター・モリニュー、映画『ハリーポッターと賢者の石』のイメージボードを担当したピーター・チャンといった世界的な有名人も複数含まれている。

もちろん、日本の開発者も多数講演を行っている。『グランツーリスモ』シリーズのプロデューサー山内一典氏や、『シーマン』のゲームデザイナー斉藤由多加氏、

写真提供：GDC

プレイステ完成していた?!



『Rez』のプロデューサー水口哲也氏、i-mode用ゲーム『サムライロマネスク』の清水亮氏といった方々だ。

講演は、もちろんすべて英語で行われるのだが、アメリカ人のプレゼンテーションはたくみで、あまり英語が理解できなくても飽きずに聞けてしまう楽しさがある。どの参加者も真剣で、講演後、質問が次々に行われ、活発な意見交換が行われていた。

また、毎夜に行われるパーティの場所も、重要な意見交換の場所だ。誰でも関係なく、どんどん意見交換ができる。アメリカだけでなく、イギリス、ベルギー、オーストラリアと筆者がおしゃべりをした人たちの国籍も多様だった。

また、今年の特徴は、韓国、台湾、香港といった新興アジア勢の参加が急増したことだ。『リネージュ』のNCソフトといった大手韓国メーカーは10人あまりという多くの参加者を送り込んでいた。それらの市場で、着実にゲーム会社が成長している兆しを肌で感じることができた。

GDCは今年で17回目になるが、日本での知名度は低い。主に行われる講演がPCゲームのテクノロジーだったためという経緯がある。しかし、2年前にビル・ゲイツがXboxについて発表を行ってから、コンシューマ用ゲーム関係の講演も増えてきている。今年のもう一つの特徴は、ソニーコンピュータエンタテイメント(SCE)が多数の講演を提供していたためPS2関連の講演の数も増えていた。

来年は、日本でも、さらに注目度が上がってくるのは間違いない。毎日毎晩、ゲームについて語り明かしながら過ごすGDCは、ゲーム開発者にとって、天国のような場所に成長してきている。

PS次世代機用プロセッサはネットワークの巨人CELLだった

PS3のコンセプトとは何のか？　その真実の姿に迫る!!

GDC2002の最大の目玉は、SCEIの岡本伸一常務兼CTOが行ったSCEが行っている研究開発についての基調講演だった。3000人を収容できる公会堂で行われた講演は、開発者でいっぱいの中、熱気と驚きに包まれた。

内容が次世代プレイステーションに搭載される新型プロセッサ「CELL」について初めて明らかにされたものだったからだ。CELLは、SCEがIBMと東芝に委属して、4億ドル（約520億円）の開発費に300人ものエンジニアを投入して'01年4月から研究開発が始まった大規模プロジェクトだ。研究開発の拠点となっているのは、テキサス州オースティンのIBMの敷地内にある共同研究所だ。アメリカでも田舎にあたる場所のために、まったく情報が出てこず、実際どういう開発が進んでいるのかは秘密のベールに包まれていた。

IBMのオースティンの研究所は、PowerPCと呼ばれるマッキントッシュで使われているプロセッサ開発の最先端の研究所だ。GCに搭載されているプロセッサGekkoもPowerPCベースのものだ。そして、過去、Pentiumプロセッサを開発するインテルと何度も対決してきて、勝利は収められていなかった。

1000倍もの性能アップを狙う

岡本氏は、PS1時代にPS2に求められた性能は300倍だった。それを一気に、CELLでは、PS2の1000倍の性能を実現することをターゲットに置いていると語っている。リリース時期は、'05年。残り約3年である。インテル系のプロセッサの常識的な発達速度だと、'99年のPS2発売当時、最速だった400Mhzだったものは、現在、2.5Mhz前後まできている。そのため'05年には7GHzを越えると予想できるものの、6年で、20倍程度のスピードアップしかできない。その常識を越えようというのである。そのキーワードが、CELLの基礎概念である「分散コンピューティング」である。

現在のネットワークシステムは、特定のサーバに多数のユーザーがアクセスする仕組みになっている。『ファイナルファンタジー11』でも、ユーザーはPS2をスクウェアが用意している1200台のサーバに接続して遊ぶことになる。しかし、何十万、何百万というユーザーが同時にアクセスした場合、サーバの処理能力を超えてしまうため、速度が遅くなったり、サーバそのものがダウンすることが起きる。このサーバの抱えている限界は、仮に光ファイバーといった

高速回線が各家庭に普及しても、解決されない。なぜなら、データの送信速度は向上しても、サーバそのものがデータを計算処理する能力は変わらないからだ。

　その問題をクリアすることを目標に開発されているのがCELLである。CELLは単にPSの次世代機に搭載されるだけではない。岡本氏が示したコンセプトでは、CELLはすべてのコンピュータに搭載されている。そして、CELLはCELL同士で複雑に連絡を取り合うというイメージ図が提示された。すべてのCELLは、自分自身がサーバの役割も引き受けデータを送信しあえるようになっている。現在は、特定の数のサーバが処理に依存している限界をすべてのプロセッサに「分散」させて計算処理を行う。その結果、性能としては1000倍ものスピードアップが行えるというイメージだ。多くのCELLがネットワークにつながっているほど、全体の速度は速くなる。光ファイバー時代がきても、その大容量さをフルに使って、効率的なデータ送信が可能になる。まさに、高速ブロードバンド時代が全世界の各家庭に普及することを先に見据えたプロセッサなのである。

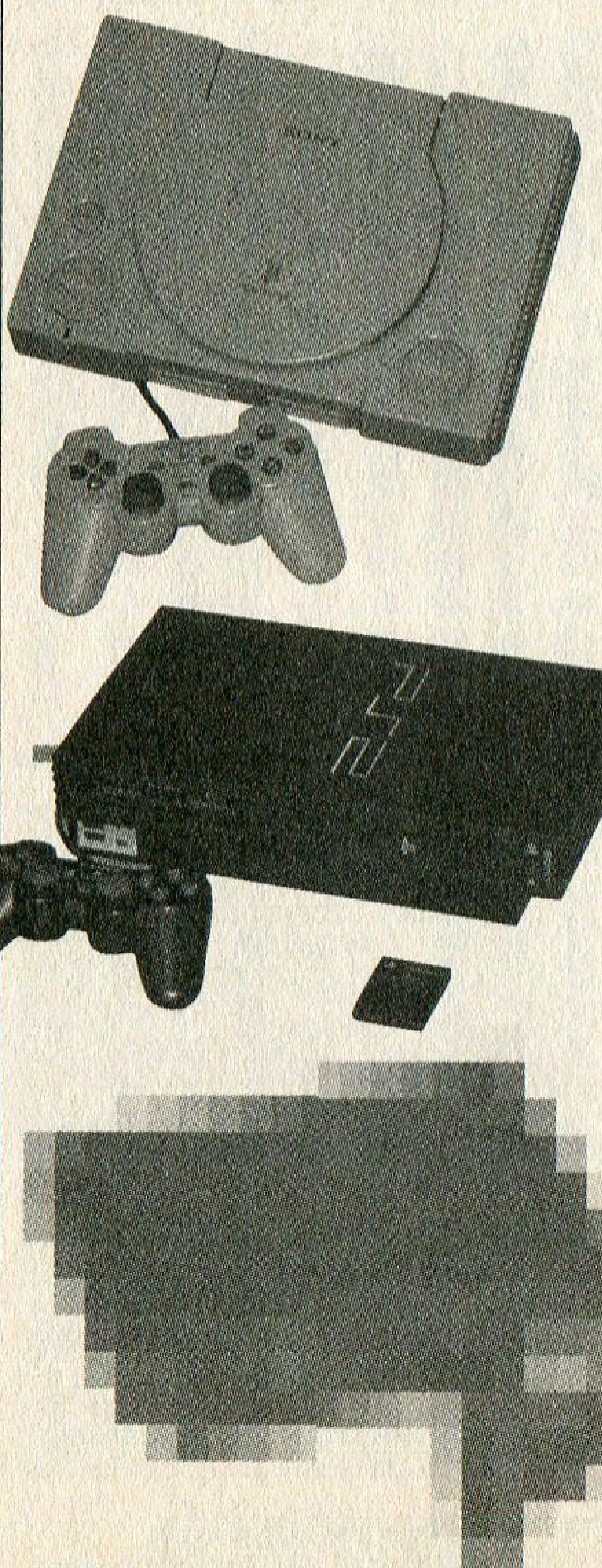
ブロードバンド戦略にかけるソニー

　5月15日に行われたソニー経営方針説明会の席上、ソニー全体をブロードバンド戦略に集中していくことが安藤国威ソニー社長により語られた。ソニーは、VAIO、テレビ、AV機器、CULIEといったモバイル端末などすべての家電製品に無線LANを搭載させることを予定していることも触れられた。近いうちに、たとえばVAIOで、ハードディスク録画しておいたテレビ番組を、簡単な操作で大型テレビにデータを送信して観ることができるような使い方ができるようになる。

　これは次のステップでは、CELLがそれらの機器に搭載することを視野に置いていると考えていい。現在は、サーバの力不足のために実現が容易ではない、高速ブロードバンドによる高画質のオンディマンド放送も、CELLを使えば実現できる可能性がある。久夛良木SCEI社長も、説明会の中で受けた質問に対して、CELLは「PS3ではない」と強調している。CELLは、すべてのコンピュータ機器に搭載されることを狙っている。ブロードバンドに関わる一般のコンピュータはもとより、映画や放送といったコンテンツ全体をカバーしようという壮大な戦略事業なのである。

　それが、次世代のゲームにどのような影響を与えるのかは、現時点ではまだはっきりしていない。大手ゲームメーカーにも詳細な情報はまだ公開されていない段階だからだ。しかし、一つには、『FFXI』を遙かにしのぐ、巨大で永遠に広がり、成長し続ける仮想世界が生み出される可能性が指摘されている。その世界は、ネットに新しいCELLが1台と接続されるたびに広がっていく。岡本氏は'04年には、CELLについて公式なアナウンスを行うと述べている。これがIBMが繰り返してきたインテルへの再度の大きな挑戦であることは間違いない。

　PS2で驚かされた3Dグラフィックの性能から、わずか5年後にCELLによってネットワークの性能が生み出す新しい世界へとシフトしようとしている。我々のゲームについての常識が、大きく揺さぶられる時代が再び来るのはそう遠い未来ではない。



新清士（しんきよし）：初著作のゲーム開発の現場を1年にわたって追ったノンフィクション『「侍」はこうして生み出された〜アクワイア制作2課の660日戦争』（新紀元社）が6月中旬発売されます。http://www.jgdcont.com/sakugetu/

PS3の可能性と実現性からは期待感は生まれない……

PS3にとって大前提となる分散コンピューティング
ユーザーにとってのメリットとは？
そしてゲームの進化にとってのメリットとは？

たまには現実を見てみよう

否定形の羅列とそれに相対する提案が、プレゼンテーションの一手法である。

「今までの尺度や進歩では不足だ。これからは分散で自律で1000倍で、ゆくゆくはバイオコンピュータ！」と聞こえてしまいそうなメッセージも、これに則ったものなのだろうか。

VAIOやCLIEでPSソフトが遊べるならともかく、今のところ何をどう嬉しがったら良いものかさっぱり分からない。ゲームユーザー的には、次世代という地平の先に霞んで見える何か謎なものが、PS3へのファーストインプレッションと言ったところだ。

ここでは、一連のキーワードとなっている〝分散コンピューティング〟に着目し、'05年のネットワーク環境の見通しや、ネットワーク接続されたゲーム機の利用形態について調査、検討してみよう。

三人寄れば文殊の知恵計算機

そもそも〝分散コンピューティング〟技術とは何のことなのか。一文にまとめるなら、「多数のコンピュータの（余っている）CPUパフォーマンスを統合して、巨大なCPUパフォーマンスを得る技術のこと」と言ってよいだろう。

超口語訳をすれば、「コンピュータに現在の1000倍の性能を持たせたい。とはいえ、CPU単体の性能向上を期待していては何時まで経っても不可能のようだ。ならば、頭の弱いCPUでも束にしてことに当たらせれば何とかなるかもしれないよね？」という発想に基づくものである。

加えて、「頭の弱いCPUが幾ら束になっても、統制が取れていなければ烏合の衆。かといって、いちいち個別に手取り足取り指示を出すのは、とっても大変。ならば、相互に自律して行動できるような機能を持たせましょうか？」という発想に基づくのが、自律コンピューティングだ。

つまり、目的を達成するためには莫大なCPUパワーを必要とするが、現在手に入る非力なCPUを組み合わせて、何とかできないものか……という要求に応える技術なのである。

例えば、暗号の解読や医療研究での応用、自然物のシミュレーションなど、複雑かつ大量の計算を必要とする分野で利用が進んでおり、いくつもの成果を上げている。

〝分散コンピューティング〟は、多数のコンピュータを同時に使う仕組みである以上、コンピュータ間で常に情報のやり取りができる状態であることが前提だ。ゲーム機やパソコンでいえば、インターネットに常時接続している状態が前提になる。

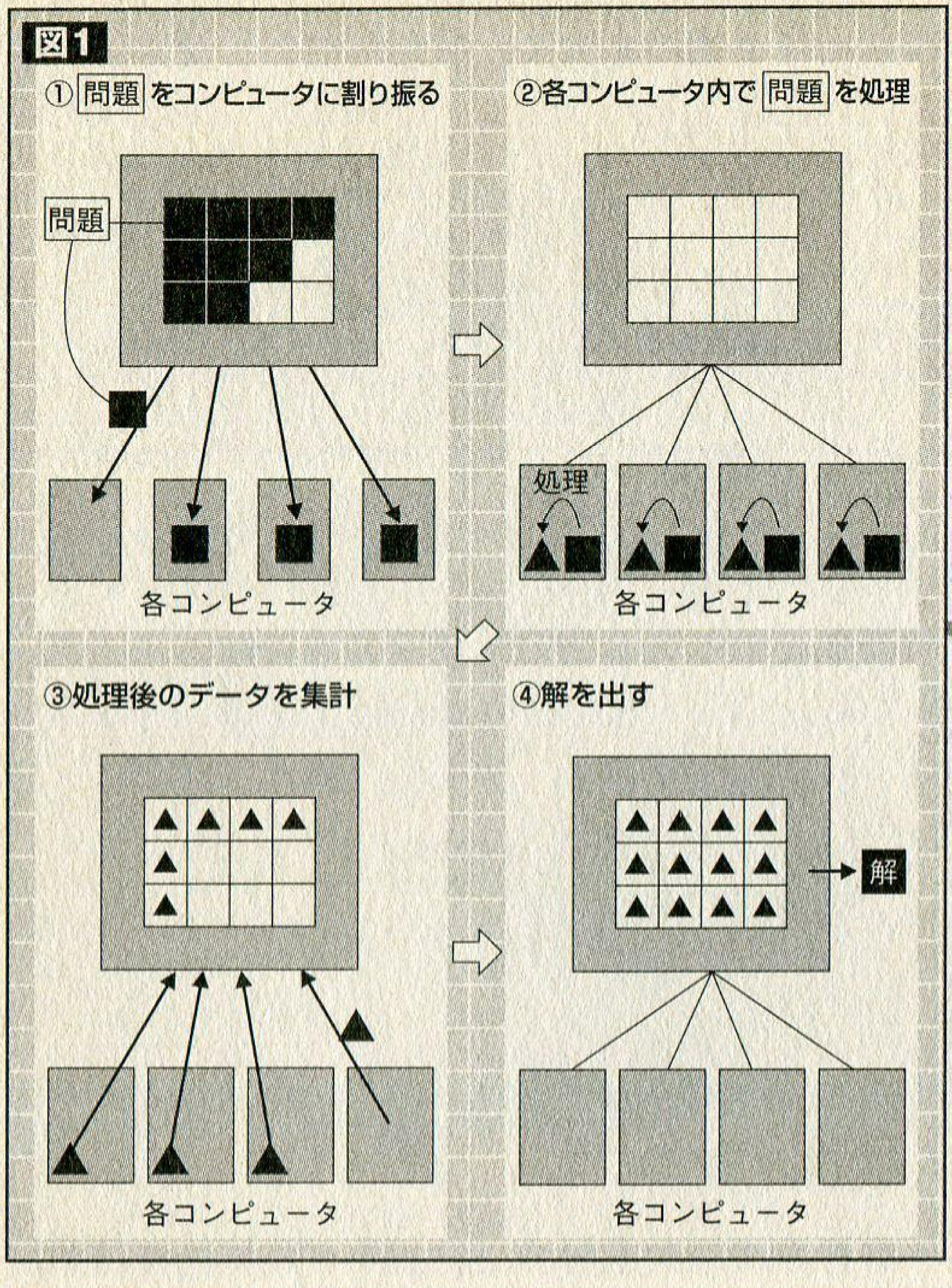
さらに、どのようにコンピューティングを分散するのか。つまり、大きな計算処理を、個々のコンピュータにどう分け与えて処理をさせるのか。計算した結果をどのように集めるのか。そして、集めた結果を統合して、所望の解を導く仕組みをどう実現するのか。また、コンピュータ間の通信におけるセキュリティをいかに確保するのか、などがクリアすべき課題となる。

'05年。4000万世帯常時高速

3年後の'05年に日本のインターネット接続環境がどうなっているはずなのか？　その見通しについて、総務省総合通信基盤局　電気通信事業部　高度通信網振興課の近藤静也氏に電話で伺った。

まず、国家目標として「e-Japan戦略」というものがあるそうだ。

この戦略は、高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部（IT戦略本部）



によって、'01年1月に決定されたものである。IT戦略本部とは、高度情報通信ネットワーク社会形成基本法（IT基本法）の規定により内閣に設置された組織で、内閣総理大臣を本部長として、省庁の大臣や、通信機器メーカーの社長や大学教授らの有識者により構成されている。また、『e-Japan戦略』では、日本は5年以内に世界最先端のIT国家を目指すという目標を掲げられている。

具体的には、競争・市場原理の下、5年以内に少なくとも3000万世帯が高速インターネットアクセス網に、また、1000万世帯が超高速インターネットアクセス網に常時接続可能な環境を整備し、必要とするすべての国民がこれを低廉な料金で利用できるようにすることを目指す、というものだ。

なお、ここで言う高速インターネットとは、音楽データ等をスムーズにダウンロードできるものとし、超高速インターネットの目安としては、映画等の大容量映像データをスムーズにダウンロードできる30～100Mbpsとしている。また、日本の世帯数は、'00年の国政調査の資料によれば、約4700万世帯である。

そして、このIT社会形成のために政府が迅速かつ重点的に実施すべき施策として、'01年3月に定められたものが『e-Japan重点計画』であるという。『e-Japan重点計画』では、電子商取引の推進やネットワークの安全性・信頼性の確保などと「世界最高水準の高度情報通信ネットワークの形成」という目標のほか、横断的な課題として地理的情報格差によるデジタル・ディバイドの是正が盛り込まれている。

さらに'01年6月には『e-Japan重点計画』を各府省の'02年度の施策に反映する年次プログラムとして『e-Japan2002プログラム』が策定され、この基本方針に沿って関係各方面が法律を改定したり予算スキームを作ったりすると捉えてよいだろう。こうした流れを受け、総務省では、'01年10月に世界最先端のIT国家の実現に向けた「全国ブロードバンド構想」を公表しているそうだ。

これは、「高速・超高速インターネットの全国的な普及に関する'05年度までのスケジュールや官民の役割分担、実際の利用見込み、ブロードバンドの普及により期待される社会生活の変化を明らかにしたもの」（総務省　報道資料から）である。

そして、この中で達成すべき目標としてあげられているのが、前述の「'05年度までに少なくとも3000万世帯が……中略……1000万世帯が……中略……常時接続可能な環境を整備」することだ。

既に都市部ではNTTの光ファイバー網やケーブルテレビなどにより、月額5000円前後の料金で、高速・超高速インターネットのサービスを受けられるが、

「ネットワークインフラ整備については、IT基本法にも謳われているとおり、民間主導を原則としております。総務省としては、採算性等の問題から民間事業者によるサービス展開が進まない、例えば過疎地域や離島などの条件不利地域へ政策的対応を行っていきます」（近藤係長）



ゲーム批評にひとこと　そろそろ、シシタン・龍子オネーさんに続いて、第3の刺客がほしいですネ。（山口県　みっちゃん）

具体的には、過疎地域等において、地方公共団体が超高速インターネットアクセス環境を整備する際に、その経費の一部を補助する事業などにより支援を行うということだ。

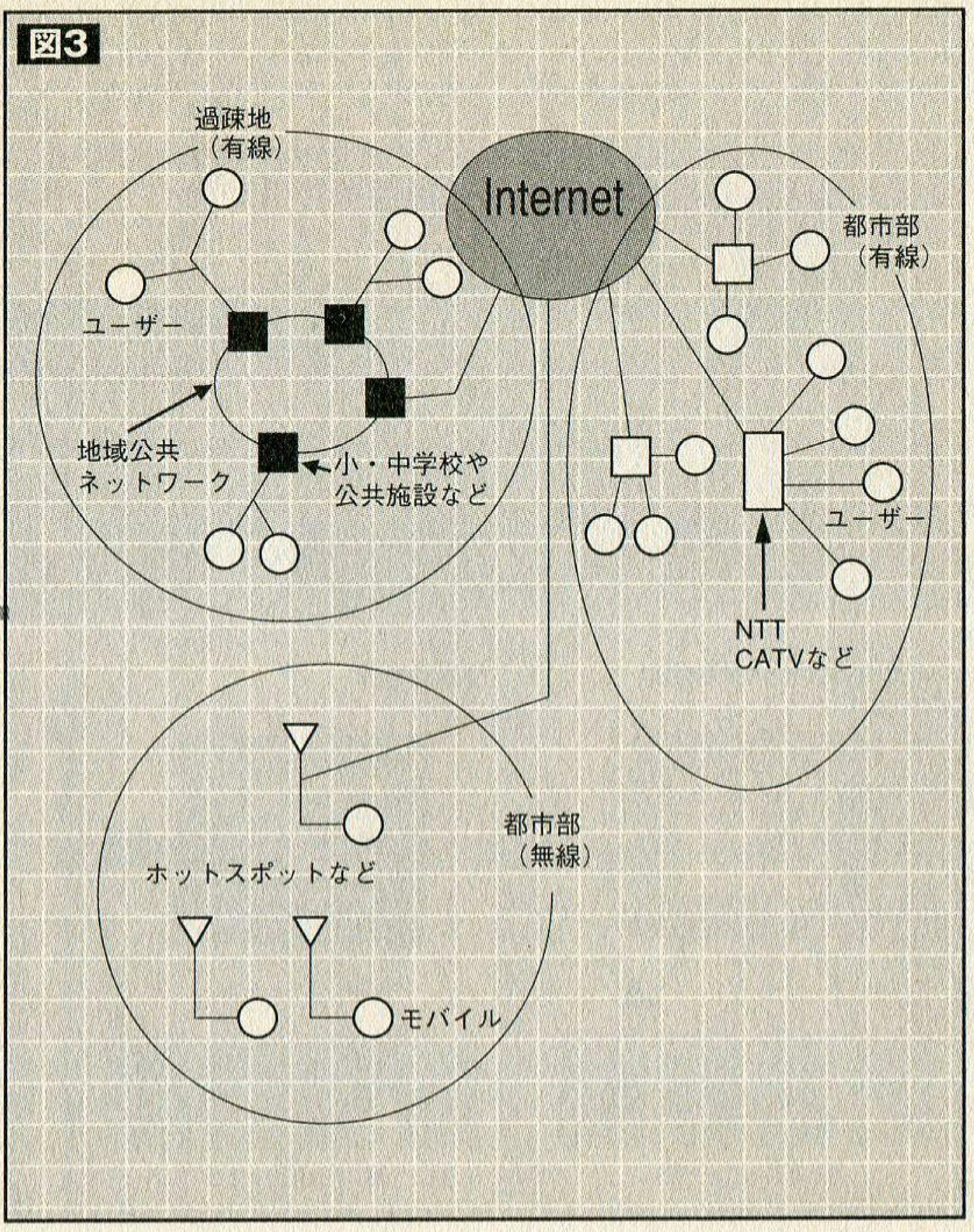
つなげているよな つながれているよな

'05年には、高速なインターネット常時接続が当たり前になっている。そして、TVの前には分散コンピューティングの機能を持ったとあるゲーム機がセッティングされている。

こう仮定した時、そこでプレイできるゲームソフトは、今とどう違っているのだろうか。

主に予想されているのは、CGやサウンドなど表現のクオリティ向上ではなく、コンピューティング、すなわち、計算処理に関わる部分の性能向上だ。たとえば、NPCの頭がもっと良くなる、ドライブゲームの車の挙動がさらに向上するなど、一般にAIやシミュレーションと言われる部分がそれだ。

図3



CG描画に必要な通信速度がネット上で十分に確保できないとすれば、相対的にデータ通信量が少なくて済む計算処理がウリとなる。

イメージを掴み直せば、たくさんのゲーム機が繋がった巨大なコンピュータ、その一部をユーザーのゲーム機が担うと同時に、その大きなCPUパワーの一部を間借りする、と言ったところか。

それでは、常時接続ネットワークとゲーム機からなるこのコンピュータシステムは、現実的にどのように運用されるのか、いくつかのケースに分けて考えてみよう。

CASE1 分散コンピューティングのために強力なゲームサーバを設置!?

分散コンピューティングには、〝余剰〟なCPUパワーが必要である。もし、すべてのゲーム機で同じソフトが動作していて、同じ量の分散処理をシステムに要求したとしたら、それに応えられるだけの〝余剰〟をどこかに用意しておかねばならない。そのために、予め大規模なゲームサーバーを設置しておくという方法だ。

ハードメーカーとしては、ユーザーのゲーム機に通信機能や計算処理を分散させて、自社のネットワーク設備への投資や管理のコストをかけずに済ませたいところだ（所謂、P2P）。しかし、このケースでは結局、設備にも管理にもコストがかかる標準的なクライアント・サーバ型システムとなってしまう。ただ、どこかで〝余剰〟が必要な以上は、それを意図的に作り出すしかないのだ。

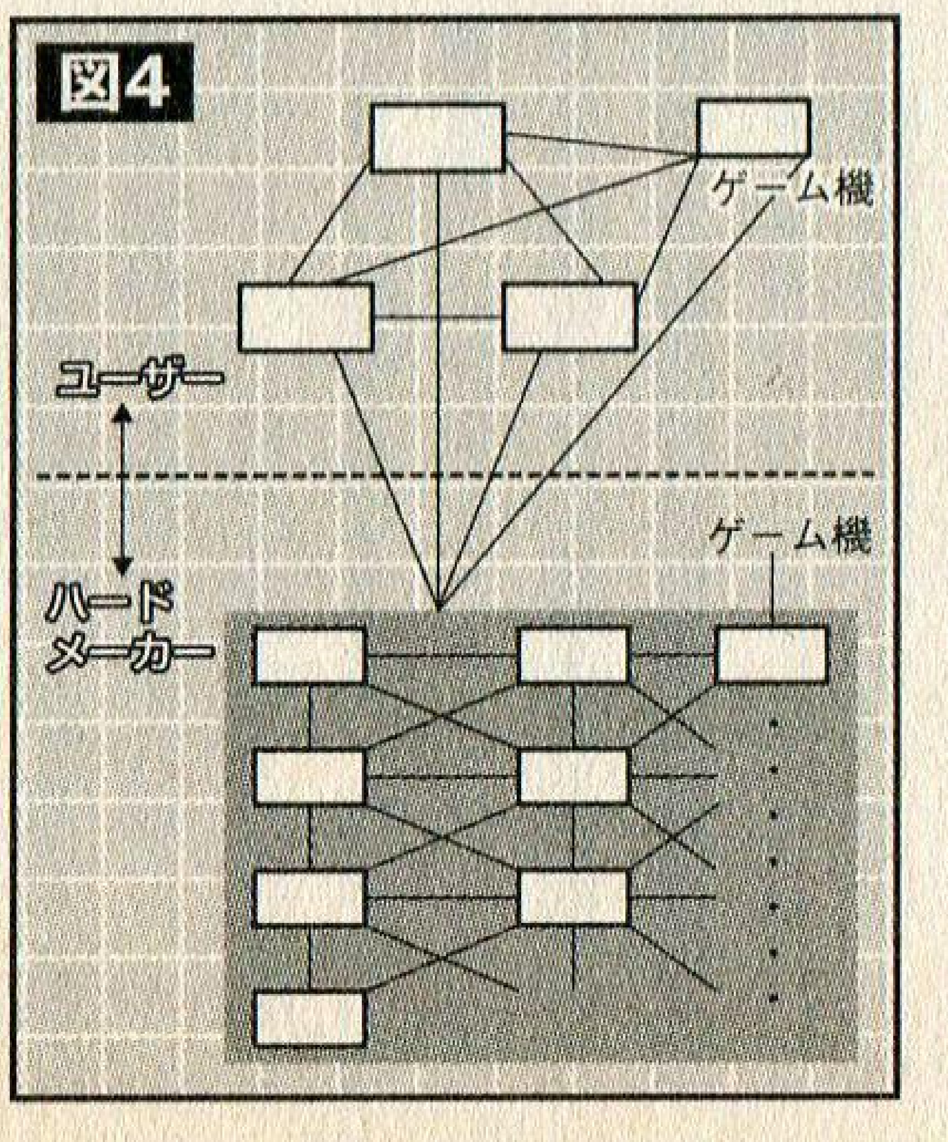
CASE2 このソフトには5台のゲーム機が必要です!?

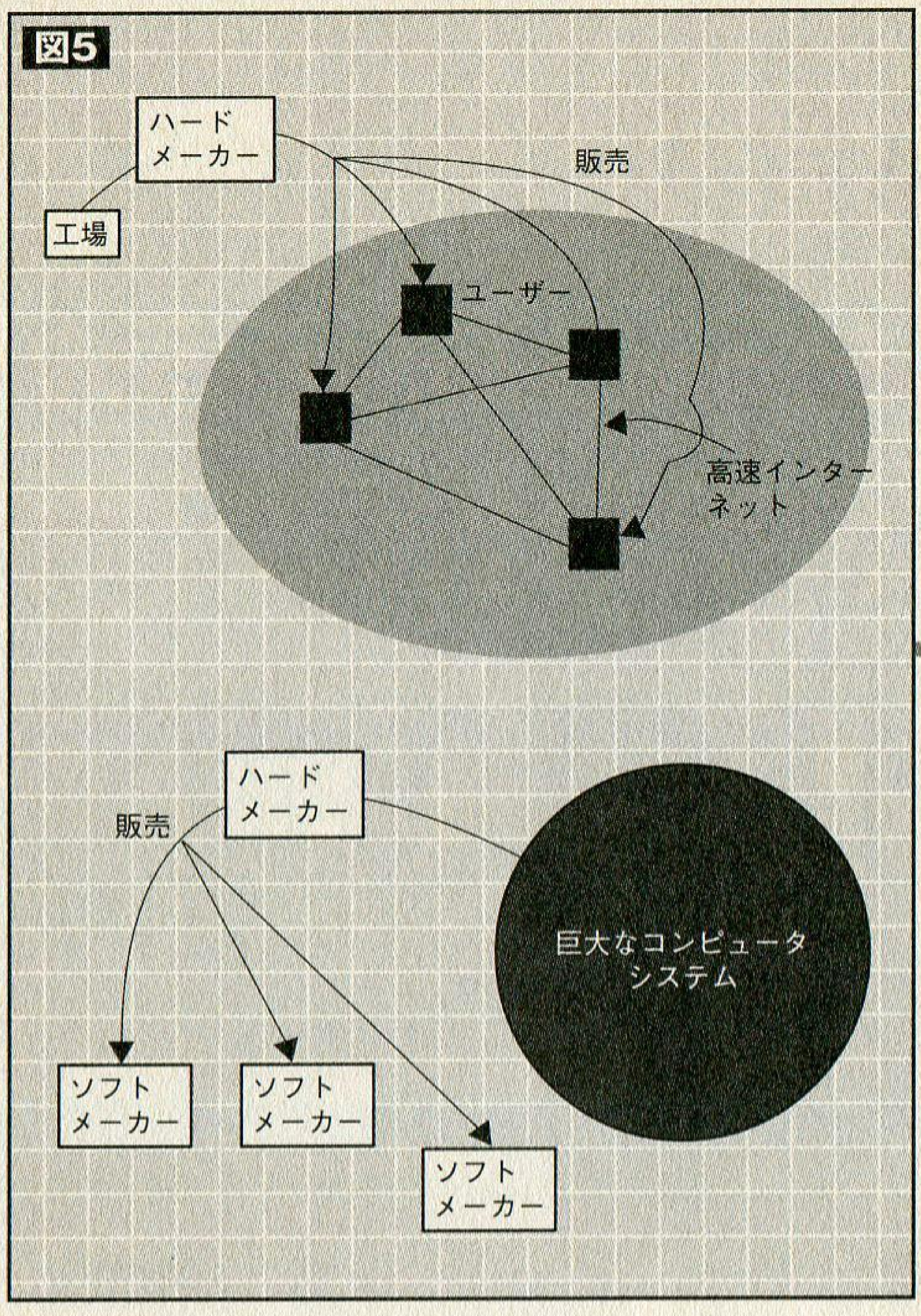
先とは逆に、ユーザーにハードウェアの負担を全面的に課すとこうなる。

「このゲームは、素晴らしくリアリティのある環境シミュレーションを活用したものです。1台でも十分に遊べますが、ソフトの性能をフルスペックで引き出すためには、最低5台のゲーム機を接続する必要があります。」などとマニュアルに書かれている。

ユーザーは、ネット接続経由で誰かのゲーム機のパワーを借りればいいや……と軽く考えていたら、実は、自分

図4





のゲーム機と電気代と通信料金が、既に他人のゲームプレイのためにガンガン使われていたりするのである。

結局、皆がゲーム機を使っている時間帯には、誰一人としてフルスペックで遊べず、最悪の場合、スタンドアロンと変わらない。一方で、誰もプレイしていない時間帯には、どのゲーム機の電源もオフ、当然ネットにも繋がっていないので、〝余剰〟なCPUパワーがどこにも存在しない事態も起こり得る。

CASE3　パッケージは販売しない。ソフトはすべて時間貸し!?

ゲーム機がネットに常時接続されていることを前提にするだけで、ソフトの開発メーカー、もしくは、ハードウエアメーカーからユーザー認証を受けないとゲームソフトが一切起動しない、という仕組みを作ることができる。電子商取引が浸透していれば、従量課金や月額制の採用も容易だ。

この仕組みを不正コピー対策として応用すれば、ゲームの輸出国である日本にとって、ソフトからの利益を確実に獲得する方法として有効ではないだろうか。

CASE4　CPU占有率が高いと、ライセンス料も高くなる!?

分散処理を利用して、より表現力の高いゲームを作りたいメーカーは、そのシステム使用率に応じたライセンス料をハードメーカーに支払う、という方法だ。

このケースでは、資金的体力あるメーカーの有力ソフトだけが分散処理を利用するようになって、ハードメーカーが分散処理の負荷をある程度コントロールできるようになる。

また、販売本数が見込めるソフトのCPU占有率を意図的に下げておけば、自動的にCPUパワーに余剰を生み出すことも可能だ。

ハードメーカーとしては、ユーザーにゲーム機を買わせて強大なコンピュータシステムを比較的安価に構築し、さらに、そのCPUパワーをソフトメーカーやユーザーに小売する、という1ハードで2度おいしいビジネスが成立しそうだ。

さらに、次世代、次々世代とゲーム機を提供し続ける限り、理論的には、常に最先端かつ最高性能を誇るコンピュータシステムを所有し続けられる。

思考や嗜好を変えるツールとなれるのか

分散コンピューティング、'05年のインターネット接続環境、そして、常時接続ネットワークとゲーム機からなるコンピュータシステムについて概観した上で、再びPS3の件を考えると、結局「技術的なことに興味はない。それで一体何ができるのだろうか?」という疑問に帰って来る。

言い換えれば、

・オンラインゲームならADSLでインターネットに接続したパソコンで既に十分楽しんでいるし、家にあるコンピュータの中で一番性能の良いものがゲーム機である必要性は全然感じない。

・好きなゲームはどれもスタンドアロン。ブラウザとメールソフトと携帯電話があれば事足りる。

・いくら高速な通信が可能になっても、そこでできる遊びやコミュニケーションは所詮、情報だけ。肉体など情報化できないものごとは楽しめない。

・テレビゲームより、ロボットゲームの方が断然面白そう。

……こんな疑問や嗜好の数々を覆すような新しい価値を、PS3は提示できるのだろうか。

しばらくは、次のニュースリリースを待ちながら、PS2で暇をつぶすと致しましょう。

八木澤知彦（やぎさわ・ともひこ）：ゲームデザインやプログラムもやるライター。最近はディレクション業も少々。『巨人のドシン（N64）』『信用ゲーム展（美術展）』『ルート111（GPS携帯）』『マネースマート（WEB、PC）』など。

全世界のユーザーと開発者が選んだゲーム『ＩＣＯ』

ミリオンヒットというわけではないのに、海外のユーザーに熱狂的に支持されている『ICO』。彼らがそこまで惚れこむポイントって一体……。

『ICO』がアメリカの権威あるゲーム賞を複数の部門で受賞した。2月28日、AIAS（The Academy of Interactive Arts and Sciences）の第5回AIASアチーブメントアワードで8部門でノミネートされたうち、「アートディレクション部門」と、「キャラクターストリー部門」の2タイトルを獲得した。また、3月21日にGDC2002の会期中に発表が行われた、「ゲームディベロッパーズ・チョイス・アワード（GDCA）」でも、6部門でノミネートされ、「ステージデザイン部門」、「ビジュアルアート部門」、「イノベーティブ・スポットライト部門（ゲームが革新性を持っているかどうか）」の3部門を受賞するという快挙をなしえた。『ピクミン』や『メタルギアソリッド2』、『Rez』といったソフトも部門賞を獲得しているが、複数の部門を制覇したのは、『ICO』のみだった。

　両タイトルとも、入賞を決めるのは、基本的に選抜されたゲームディベロッパーに所属する人々だ。つまり、最もゲームに対して目が肥えている人たちが、2001年に出たタイトルの中で、どれが最も優れているかをシビアに選んでいるということになる。

　GDCAの終了後、上田氏（※）のところには、彼に握手を求めに来る人々がたくさん現れた。「詩的で素晴らしい作品だ」とアメリカ人が、駆け寄って述べていた。

　Xboxのタイトル総責任者エド・フリーズ氏も、昨年最も重要なタイトルは何かという質問に対して、『ICO』を上げている。「本当に美しいゲームだ」と。（PublisherSpeakes2002）なぜ、これほどまでに『ICO』の評価はアメリカで高まったのだろうか。

　販売本数で言うと、日本7万本、北米23万本、欧州17万本、アジア数万本と合計約50万本と、ヒットタイトルではあるものの、ミリオンクラスの大ヒットとは言えない。だからこそ、評価の高さにさらに驚かされるのだ。（北米では、昨年9月に日本よりも先行して発売されている）

代表的な海外ユーザーの『ICO』評価

　アメリカのユーザーはこのソフトに何を見ているのだろうか。海外のユーザーレビューサイトを見ると、相当複雑な評価が与えられていることがわかる。インターネット上から、いくつか任意に抜粋したものを紹介したい。

「『ICO』は私の人生の中でも決して忘れることのできない体験を与えてくれた。すばらしいグラフィックに惹かれて買ったのだが、30分もすると、それに巻き込まれてしまった。『ICO』は一般的なゲームのように敵を〝叩きつぶし〟たり〝吹き飛ばし〟たりとい

ったゲームではない。感情を呼び起こすような人間的なゲームだと考えている」（KEN LUI氏）

「優れている点が3点ある。プレイヤーが自分を定義しやすいアイデアとテーマを持ったシンプルで、リアルな物語に戻っていること。本を読んだり映画を観たいと思わせる何かがある。2つ目は、細部にわたって注意されているプレイヤーに求められる制約とシンプルな目標だ。多くのゲームは、モンスターといった敵をたくさん出すプレイヤーにとって忙しくて煩雑な状態を生み出すことで、それを達成しようとしてしまう。3つ目は、キャラクターの素晴らしさだ。個性を持つ命を吹き込まれたキャラを我々自身の手によって見ることができる」（TL氏）

「弱いヒロインを助けながら進む旅は、驚きだけでなく、最高の経験だ。ヒロインのヨルダは成功のために命に関わるほど大切だ。この意味はプレイした時に誰でも感じるだろう。私はこのゲームは終わってほしくなかった」（DanielGuerrero氏）

「戦闘システムはユニークで、新鮮な息吹のようだ。それは血まみれの戦闘をしないで、捕まらないように少女を助けるという、ゲームの重要性を何に注意すればいいのかをはっきりさせることを可能にしている」（AndrewPezzo氏）

わかれる『ICO』の何が優れているのか

代表的なユーザー評価の論調はこういった内容だ。グラフィックの成功と、キャラクターの成功、シンプルさ、暴力性を抑制した戦闘。極めて、日本人的な感受性によって作られたように見えるタイトルでも、充分に海外の人を感動させる力があることがわかる。


クセの強いキャラクターが受けそうな海外でも、イコとヨルダはすんなりと受け入れられた。

ただ面白いのが、他の評価を見ると、意見はこれらの部分だけに、必ずしも集約化されてこないという点である。『ICO』では音楽がゲームの最中にほとんど流れないが、「本当に静かなのがリアルで、すばらしい」という指摘もあれば、「もっと音楽が必要だった」というものもある。『ICOは』基本的にパズルゲームだが、「パズルが論理的に考え抜かれていて素晴らしい」というものもあれば、「パズルの部分はかなり退屈だ」とする人もいる。物語に対しても、「感情を揺さぶられる」と評価している一方で、「単純すぎる」という人もいる。

これらの人はすべて『ICO』を評価している。しかし、何を評価するかという点では、それらの人でも、グラフィックの美しさの部分以外では、バラバラになっているというのが、本当のところだ。

これは『ICO』が多様な魅力を持った作品として完成していることを意味していると思われる。優れたまったく新しいタイプのゲームが登場したときに、それは多くの場合、比較するべき他のゲームを持たないことが多い。

類似するゲームとしては、3Dアクションにパズル要素を持たせた『トゥーム・レイダー』や『プリンス・オブ・ペルシャ』が上げられることが多いが、例として挙げられても、似ているという人はまったくいない。多くの人がどのゲームにジャンル分けもすることができない難しさを指摘している。

新しいゲームとは何か。『ICO』は、海外でも、その解答を見事に示したといえるだろう。

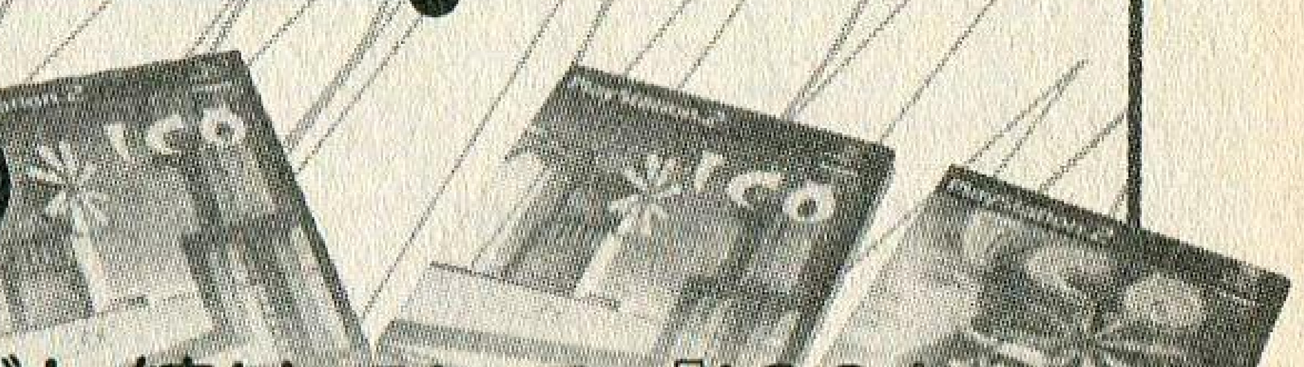
※上田文人氏のこと。「ICO」のディレクター。（次頁参照）

PROFILE

新清士（しん・きよし）

初著作のゲーム開発の現場を1年にわたって追ったノンフィクション『「侍」はこうして生み出された～アクワイア制作2課の660日戦争』（新紀元社）が6月中旬発売されます。
http://www.jgdconf.com/sakugetu/

ディレクター上田文人氏『ICO』の深淵を語る



2001年末に発売されていながら現在もなお遊ばれ続けている『ICO』。世界的なゲーム賞を多数受賞したいま、上田氏の心境は如何に。

上田文人氏にとって『ICO』は初のディレクションタイトルだ。完成させるまでに、4年近い年月がかかっている。PS1からPS2へ。ゲーム開発では珍しい時間の長さだ。しかし、時間経過にも関係なく、ゲームとしての「新らしさ」は、最初の企画段階から、ほとんど失われていない。

—SCE内では、社内で組織しているユーザーによって事前評価を行いますよね。その評価はどういう結果が出ていたんですか？

上田文人（以下、上田）：事前評価は日本で2回、アメリカで1回行いました。日本での1回目は、前半の山となる8ステージ目の正門まで完成していた途中までのものでした。まだ、ヒロインのヨルダのAIが未完成な部分が多くて、ゲームとしては完成しているとは言えない状況でした。

—1回目の評価の収穫はあったんですか？

上田：1回目のテストで、どのくらいの謎だと、問題なく解くことができるのかという見切りをつけることができました。同じパズルに対しても、半分の人はすぐに解けるのに、半分の人が引っかかってしまうといった極端な結果が出ていたんですよ。それで、同じところでもカメラを使って示唆すると、わかりやすくなるだろうといった判断の材料になりました。

—では、まだ主人公のイコとヨルダのふれあいが生む魅力は発揮されていなかったんですね。

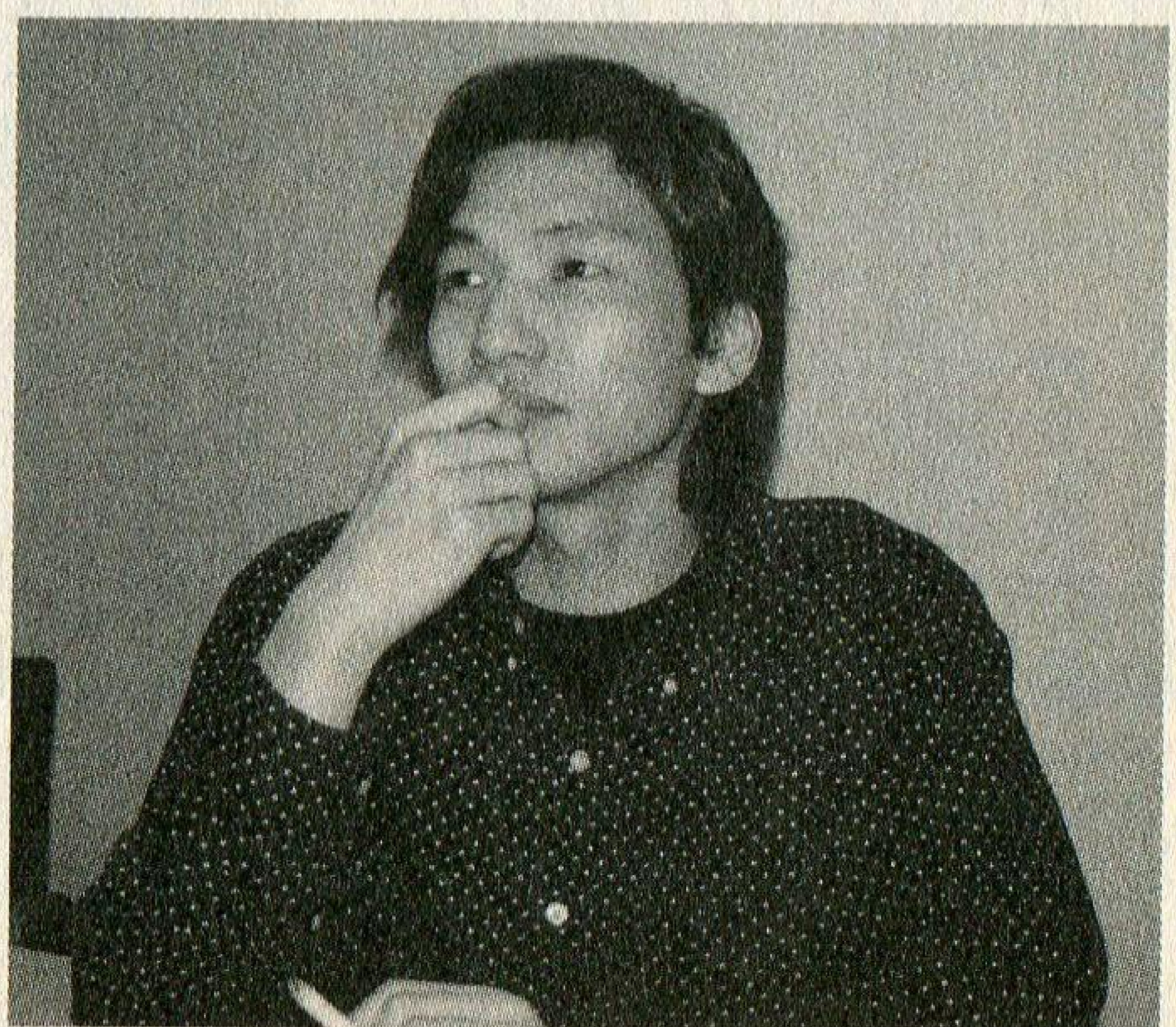
上田：そうですね。イコが、ヨルダの手を引きながら移動して、ヨルダのことを気遣いながら謎を解いていく展開は面倒くさいゲームだという意見もありました。ヨルダをキャラクターとして歩かせることは、すぐにできたんですが、最初は昆虫のように一直線に動いたり、方向変更をしたりして、とても見せられるものではなかったんです。それを人らしく動いているように、プレイヤーに感じさせるのがとても大変でした。

—ヨルダのAIの調整には時間がかかったんですか。

上田：調整は最後まで気をつかいました。どう反応して、どういうタイミングで声を発したりすればいいのか、微妙な試行錯誤が続きました。

—2回目の調査の時には、だいぶ評価は上がったんですか。

上田：ずば抜けて高い評価を獲得したというわけではないです。日本では大学生以上から高い評価が得られて、アメリカでは逆に10代から評価を受けるという形に分かれていました。どちらでも、グラ



美術の世界からゲームの世界へ。今はゲーム以外の表現手段で作品発表をするつもりはないと語る上田氏。

フィックが美しいという評価は獲得してはいましたけど。また、とてもほめる人と、そうでもない人とに大きく分かれていました。そのため、ゲームとしてはいろいろ不満点が残っているのかなとも思う一方で、評価をそれなりには受けられたかなとは思っていました。

制約から生み出されたステージの魅力

――上田さんは、SCEに企画を提案したときに少年と少女を登場させるCGムービーを制作したと聞いています。それが『ICO』のコンセプトにそのまま引き継がれているそうですね。最初に、自分が思い描いていたイメージを最終的な製品版では、どの程度実現できたと思っていますか。

上田：60％～70％は実現できたと思っていて、満足しています。当初、PS1用として開発を進めていました。途中で、PS2が発売になったので、開発するプラットフォームを変えたのですが、PS2版になったからといって、印象は大きく変わっていないんです。実際、PS2に移って1年ぐらいは、PS1版の画面の方が美しく感じられていたぐらいです。グラフィックデータも、CGとして重分に見ることができるクオリティの高い水準のもの作っておいて、画面に合わせてデータを切り出していたので、元々のデータはPS1時代のものを、そのまま引き継いでいるものが多いんです。

――影響を受けたゲームとしては、どういうものがありますか、『トゥームレイダー』や『プリンス・オブ・ペルシャ』、『フラッシュバック』といったタイトルが挙げられていますよね。



プロデューサー海道氏には、PS1での『ICO』試作版を見せていただいた。世界観はそのままである。

上田：これといって参考にしていたゲームは具体的にはないです。確かに、『フラッシュバック』は大好きなゲームでした。迷路のようなステージの中に隠された謎を解きながら進む海外のアクションパズルゲームで、一時はハマってやってました。ただ、それをそのまま真似たというわけではないです。

――アメリカの2つの賞から、ノミネートを受けたときにはどう思いましたか。

上田：それぞれの賞は実は連絡を受けてから、その存在を初めて知りました。授賞式に行ってもいいと言われて、アメリカに行ったのですが、実際に複数の部門賞をもらうとまでは思っていませんでした。ただ、絵的なものは評価されるかなとは思っていました。

――ステージはどのようにして開発をしていったのですか。『ICO』の魅力として、何十メートルもの高低差を利用した、見た目のドキドキ感がありますよね。GDCAでも「ステージデザイン部門」賞を取っていますよね。

上田：ほとんどが試行錯誤のうちに生まれていったもので、必ずしも初めから意図していたわけではないんです。背景をリアルに作り込んでいこうという方向性は決まっていったんですが、いざ作り始めてみると、ジャンプして飛び降りると、行けてしまいそうな印象になってしまいました。それなら、思い切って高くしてしまえと。背景にしても、遠くにしてしまえば、テクスチャーが粗いものですむという判断から行ったものです。ゲーム的な制約の中で、選んでいった結果だったと思います。

絵的な美しさを追求した画面構成

――ゲームの世界に入られる前は何をされていたんですか。

上田：大学では美術学科で、抽象絵画を描いていました。卒業してから、現代美術の作品作りと並行して独学でCGの勉強を2年くらいしていました。その後に、ビデオゲームの世界に入りました。

――影響を受けた人はいますか。

上田：影響を受けた作家は、画家ではないんですが、CM制作で有名

な大貫卓也さん。「ペプシマン」や、豊島園「史上最低の遊園地」、日清カップヌードル「ハングリー!?」といったものを手がけられた方です。こういうCMが代表的なものですが、現代美術というのは、コンセプトアート的な方向に向かっています。僕の中の現代美術や広告で培った企画能力とCGデザインやCGアニメーションで培った職人的部分が上手く融合できるということからビデオゲームの分野を目指すことになったんです。

――ストーリーも高く評価を受けている魅力の一つですよね。

上田：ストーリーをほめられることがあるんですが、実は恥ずかしいと思ってしまうんです。僕自身、ストーリーテリングについては苦手意識がありますし、世界観にこだわっているわけではなかったんです。広告的なセンスで『ICO』のそれぞれのシーンを作り上げていったという感じです。

――と、言いますと。

上田：あくまで絵としてみたときの完成度を高めていくことを目指していったんです。陰影をつけていって、本来は緑がないような場所にも意図的に緑を継ぎ足してみたり。イコやヨルダの服にしても、全体のシーンの中で、この色が足りないという色の服を意図的に選んでいるんです。PS2の性能を考慮した上で『ICO』の世界の外側を描くのに何を配置すると一番リアルに感じられるかなと考えて、水平線を選択したり。周りが、すべて水平線になっているのはそういう理由です。

――なぜ、ヨルダはイコよりも背が高い設定になったのですか。意図的ですか。

上田：そうです。2人の関係にある種のいやらしさを感じないで感情移入できるようにさせたかったんです。いわゆるオタク的な感覚は避けて、いかに男の子と女の子のあいだにあるものをオブラートに包んでいくのかということを意識しました。女の人が見たときに恥ずかしいと感じないようにしたかったんです。ゲーム内だけど、本能と少しずらして「スタイリッシュ」なものにしたかったんです。すべての時を「スタイリッシュ」にしていくこと。それが『ICO』全体の大切なテーマでもありました。

「新しさ」を求めると『2』を作れない

――ヨルダの名前の由来は?

上田：実は名前をつけないで開発中はずっと「少年」と「ヒロイン」だったんです。今でもスタッフの間では、そう呼ばれています。ただ、アメリカでの発売が決まって、向こうから、それだとプロモーションがやりにくいので、どうしても名前がほしいという要請がきて、無理矢理つけたというのが本当です。『ICO』という意味には、偶像という意味があります。幼い男の子は女性を偶像のようにあがめるという象徴的な意味から、この名前を最初からつけていました。

――エンディングで、大きく感情を揺さぶられた人も多いですよね

上田：ラストは、いろいろな意見が出て、よかったという人もいるし、必要なかったという人もいます。それまでヨルダにイコが行った経験が反映されて、マルチエンディングになるという展開も考えてはいたのですが、結果的にはできませんでした。

――作っている最中に、受け入れられる自信はありましたか。

上田：根拠のないものですが、日本でも、海外でも受け入れられるのではないかという自信はありました。シンプルで、絵的に美しいものになっているので、間口は広いだろうと。

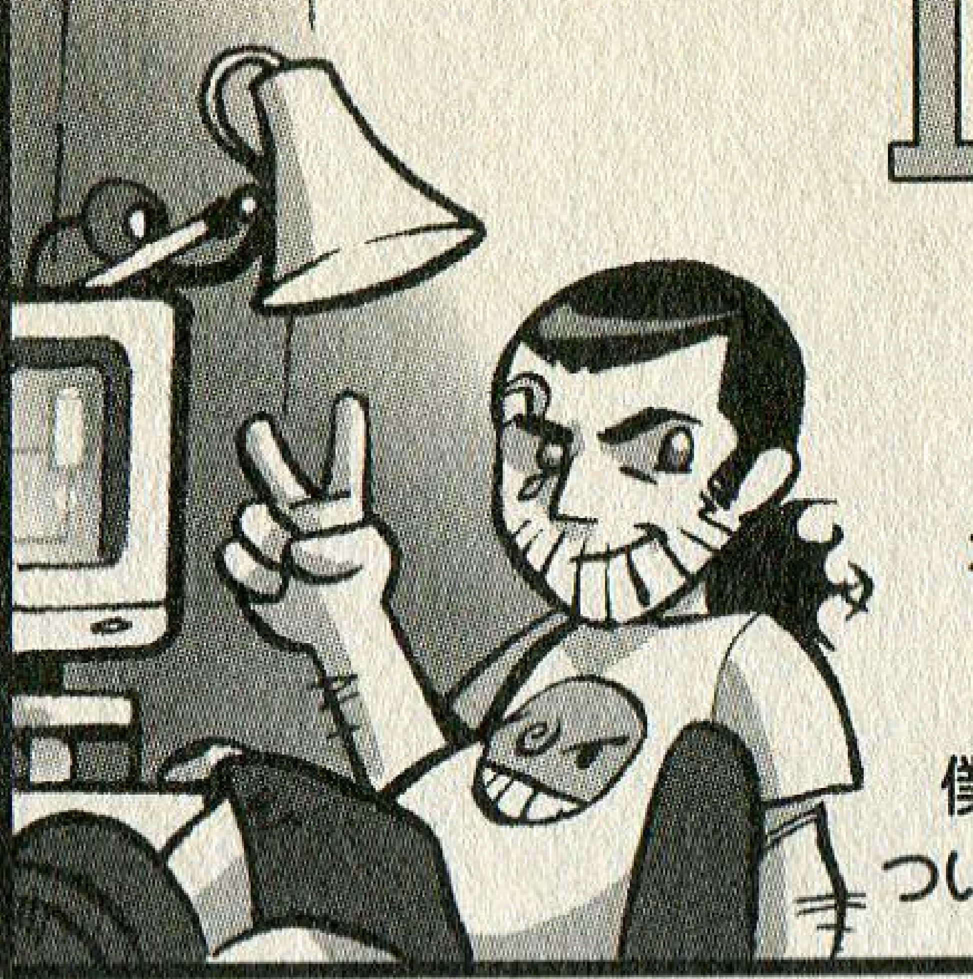
――『2』を作る予定はありますか。

上田：『2』を作れるかというと、作れるとは思っていないんです。『ICO』の持っている魅力は「新しさ」だと思うんです。2が作られると、「新しさ」は失われてしまいます。仮に、作られるとしたら、何か新しい技術やハードが登場して、リメイクの話が出たときかなと思っています。安易なものは作ってはいけないと思っています。ゲームは「新しさ」を最終目標として作るべきで、続編を作るタイトルの場合には、はじめからそういうことを目指して企画を作るべきかなと思っています。

新清士（しん・きよし）：初著作のゲーム開発の現場を1年にわたって追ったノンフィクション『「侍」はこうして生み出された～アクワイア制作2課の660日戦争』（新紀元社）が6月中旬発売されます。http://www.jgdconf.com/sakugetu/

◆『ICO』に惚れこんでしまった外国人ゲーマー（ご自身も開発者）にライジングコンタクト！

海外のゲーマーから見たICO



こんにちは、みなさん。
僕はスペースキャプテン・スティーブです
オーストラリアに住んでいて、ゲーム開発をやっています。

僕のお気に入りのゲーム『ICO』ついて描いてみたいと思います。

始めて僕が『ICO』をプレイしたのは、E3 2000の場所だったと思うな。

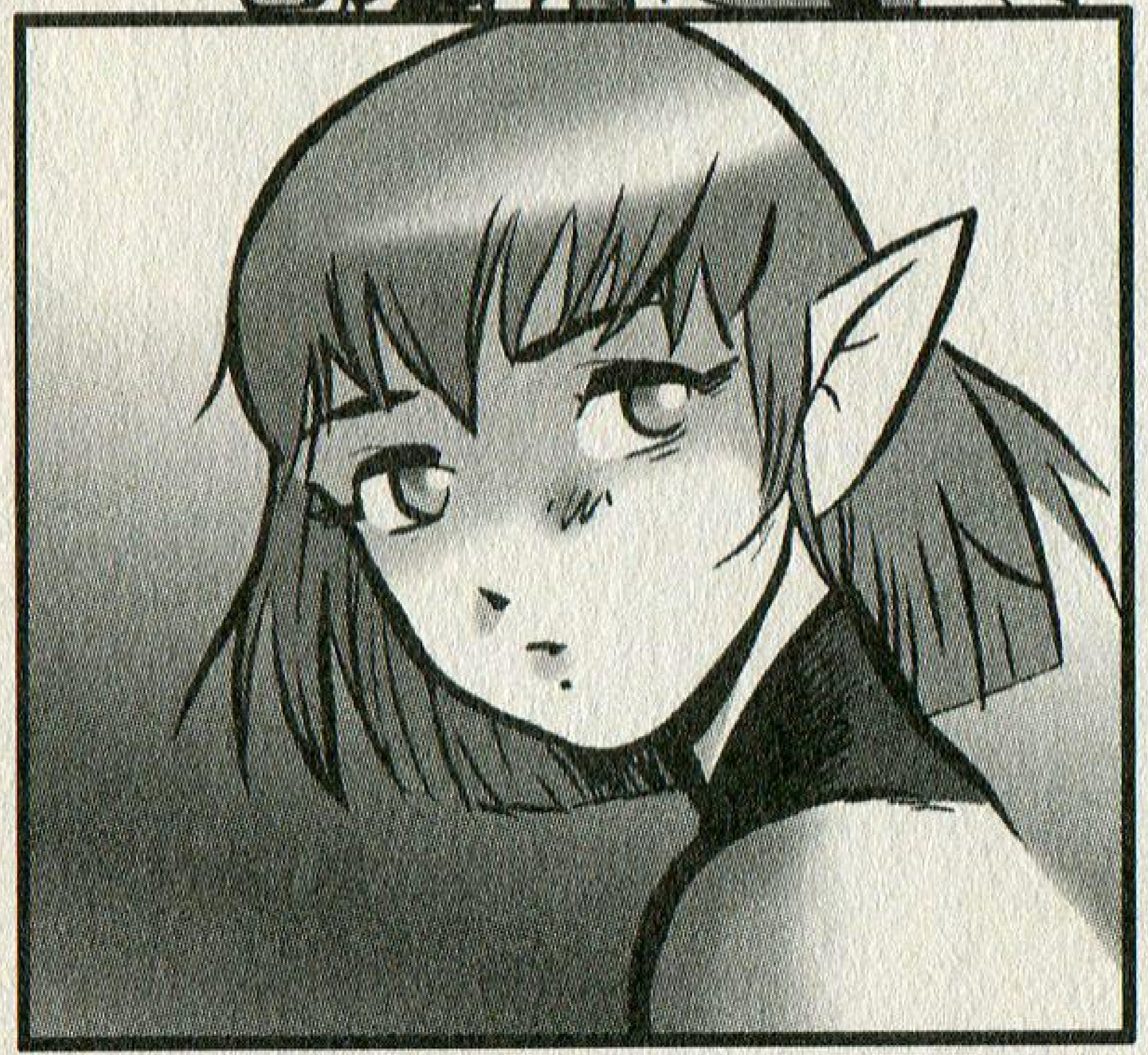
SCEブースの端っこの方に置かれていたんだけど、僕の目は引きつけられてしまいました。探求心をくすぐる独特の雰囲気が『ICO』から、発散されていたんです。僕は悪い連中が煙になって消えてしまうシステムを見て、本当に好きになってしまいました。



ゲームが年末にオーストラリアでも発売になると、デモより10倍以上も良くなったように見えたよ。『ICO』の開発チームの人たちは彼らの物語を語るための言葉を本当にうまく見つけたなと思ったね。

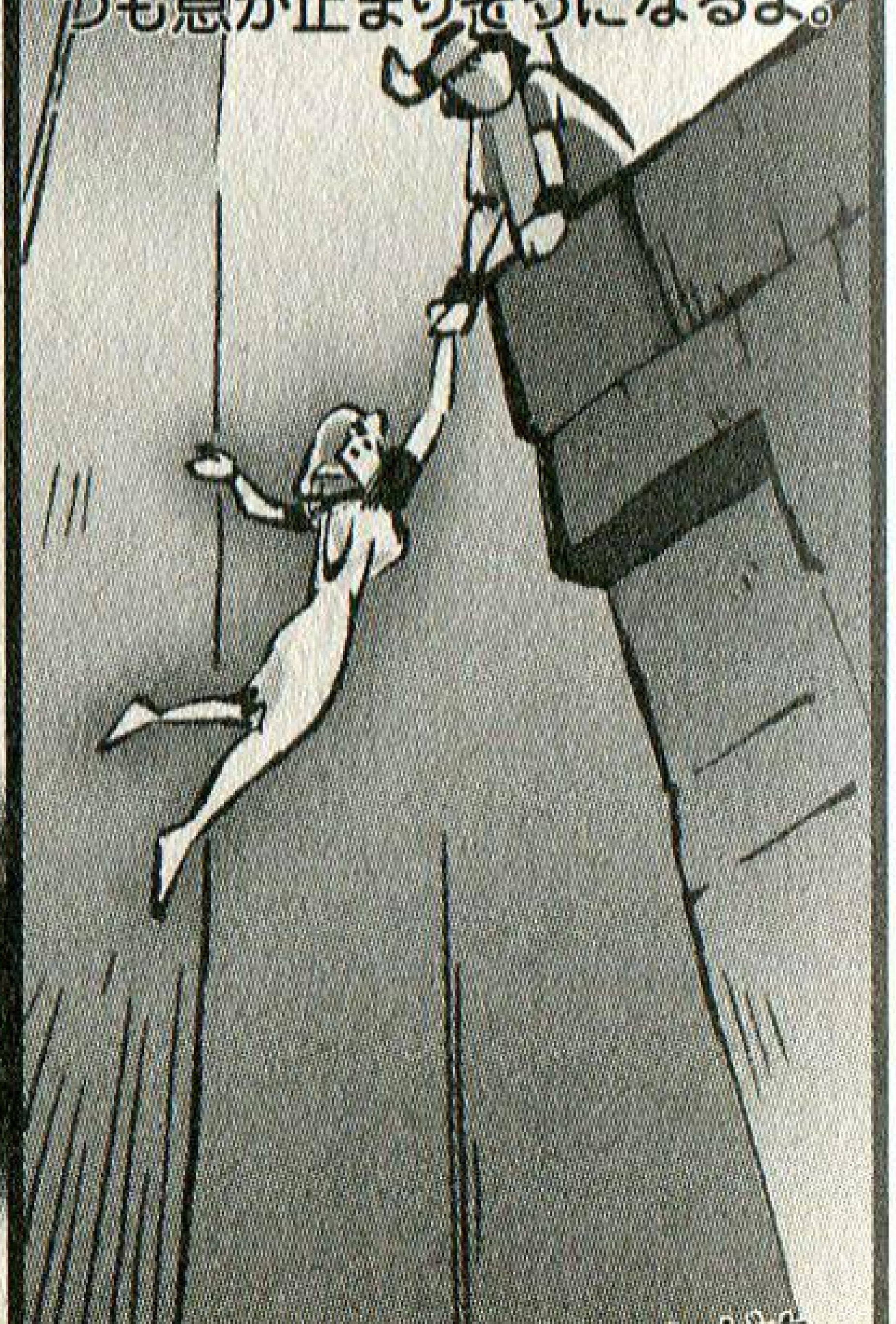
主人公のイコが、ヒロインのヨルダを手をつないで導いて、城を脱出する道を見つけていくことで、2人のキャラクターの間に絆が結ばれていくようになる。そして、ヨルダのことをプレイヤーの僕たちもとても心配するようになるんだよね。



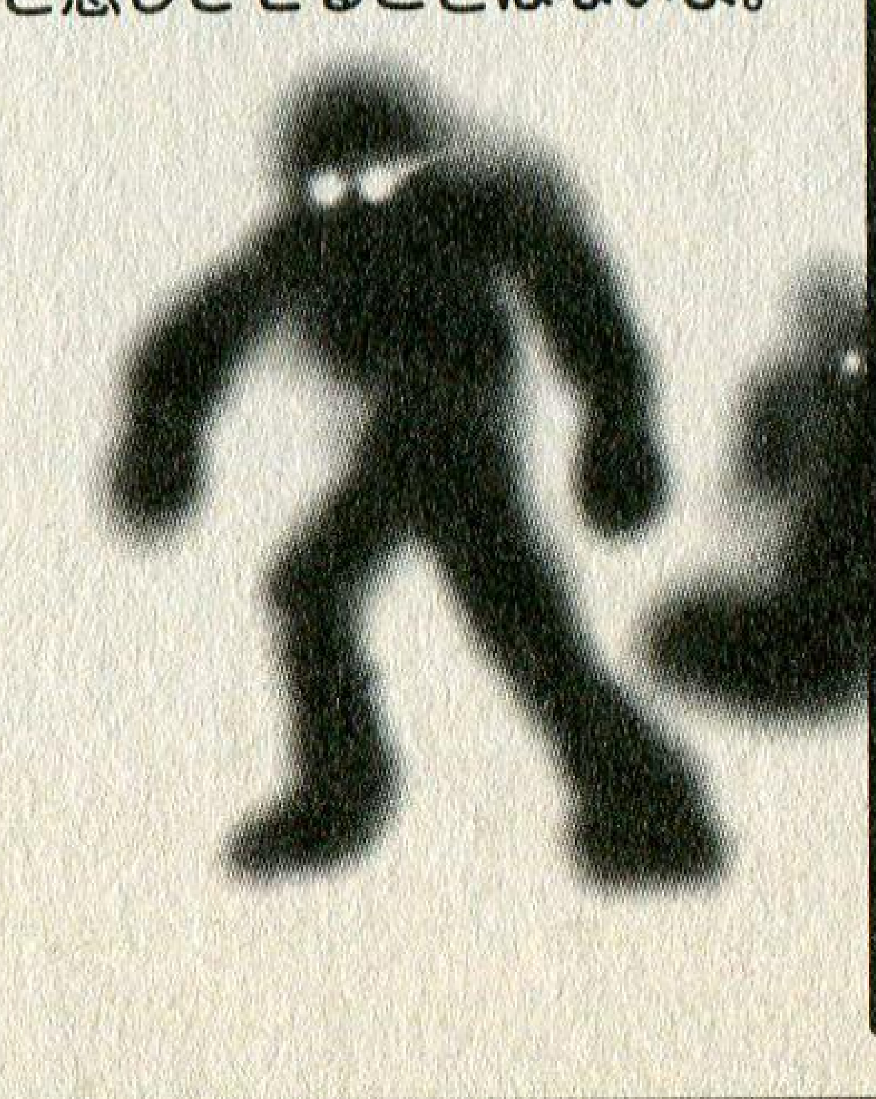


『ICO』のゲームのすばらしさのすべてを簡単に説明することは難しいよ。僕は影の怪物は何だったのか、イコの角は結局なんだったのか知らないままだしね。でも、僕はすべては『ICO』の世界にくっついていて、感じることができることを知ってる。このゲームにどんなところも「悪い」と感じさせることはないよ。

僕は好きなんだけど、飛ぶところは全部ぎりぎりのジャンプになっているから、ヨルダがジャンプするたびに、いつも息が止まりそうになるよ。



イコはいつでもヨルダをうけとめるんだけどね。



このゲームについて、唯一本当に残念なことは、終わりがあることかな。

僕はイコとヨルダの冒険を続けられればどんなにいいだろうかと思ってる。たぶん、それは違ったゲームになるんだろうけどね。僕がわかっていることは、もし大きな城に行く機会があったら、思わず、影の怪物たちのために、大きな棒を探して持ってしまうだろうね。

スティーブ・スタマティアディス：オーストラリア第3の都市ブリスベンのゲーム開発会社KROMEStudioでデザイナーをしている。アボリジニ系の血を引くオーストラリア人で、日本のカルチャーが大好き。日本のゲームは大抵遊んでいる。http://www.bladekitten.com/main_frame.html

中華圏ゲーム業界の救世主?! 香港、中国版のネット・カフェ「網芭」の盛況とオンラインゲームとの関係を検証する

大中華圏ゲーム事情

決してネオンの光が消されることのない、不夜城・香港。その一角に一際目立つ、音と光のごった煮のような空間が存在している。ときたま、興奮した若者の歓声や、大声でお互いに掛け合っている様子は、ある意味異様な雰囲気さえ感じさせる。しかし、ポストネットバブルと言われるIT不況が続く香港の中で、以前にも増して活気を感じさせるその空間は日本のゲーセン……しかも風俗営業法が改正される前に存在し、多くの有名クリエイターを世に送り出した小汚い下町のゲーセンに非常によく似ているのだ。

中華圏「網芭」現象

この中国のネットバーが最も盛況なのは午後11時から午前2時ごろまでという。その間のコンピュータ占用率は80%位と言われ、日本と比べればその盛況度は明らかに中国の方が上である。また、中華圏のネットバーの特徴は"うるさい"に尽きる。とにかく、皆が大声を掛け合いながらゲームをするのだ。最も人気があるゲームはいまだに『カウンター・ストライク』や『ハーフ・ライフ』。これを8人から12人位のLANでつなぎ、皆で大騒ぎしながら、ゲームにいそしんでいる。「網芭」においてプライベートという空間は皆無に等しい。

中国ゲーム市場が抱える最大の問題

「中国ゲーム市場での問題?それは3つあるよ。一に海賊版、二に海賊版、三に海賊版だ!」とは2年前に香港デジタルエンターテイメント協会(HKDEA)の副会長、GINO YU博士に中国ゲーム市場について伺ったときの

『金庸群武侠傳ONLINE』中華圏ゲームの大御所

中華圏では、中世期の中国を舞台としてカンフーの達人たちが肉親や師匠の仇を討つという話がメインの武侠物が日本の時代劇並に普及している。これをいち早くゲーム化したのが智冠科技パブリッシュの『金庸』シリーズである。武侠小説の大家金庸の作品のゲーム化は、パッケージ版から始まった。原作の圧倒的な人気もあり同シリーズは安定的なヒットを続けた。このため、同シリーズがON-LINEゲームに進化していったのも非常に自然な流れであったといえる。プレイヤーは江湖出身の人間として、ゲームに参加しながら、少林寺拳法を始めとする武功、内功、妖術を身につけつつ江湖傳聞といった有名な武峡小説の登場人物の一員として様々なミッションをこなしつつ、名声、戦闘経験などを高めていく事となる。

中華圏のネットカフェに行くと必ずといっていいほどこのゲームがインストールされており、このゲームをプレイしている人をよく見かける。ただし、なぜかボリュームをOFFにしてプレイしているひとが多く、その理由を聞いたら、「効果音がひでえから」の一言。妙に納得してしまった。

『古龍群侠傳』メイド・イン・ホンコンのMMORG第一号

『金庸』が立ち上がった際、台湾の智冠科技と契約し香港でのパブリッシング権を獲得したのがGAMEONE SYSTEMSだった。『古龍群峡傳』(以下『古龍』)はGAMEONE SYSTEMSが満を持して市場に投入した、香港製MMORG(※)第一号である。『古龍』立ち上げとほぼ同時に

大ブレーク中!? 中国、香港人が目下はまり中の中国製ON-LINEゲーム大紹介!!

談である。これは現在も変わらず続いている。筆者が昨年末、上海のジャンクマーケットを立ち寄った際、文字通り店内に山積み状態の海賊版ソフトを目撃した。その中にはカプコンの『サバイバルホラーゲームアーカイブ』や『ロックマンシリーズアーカイブ』などが平然と置かれていたのである。これらと共に当然多くの中国製ゲームが、海賊版として販売されている。確かに、中国ゲームパブリッシャーがそれを黙認しているわけではない。「我々はパッケージ商品には必ずおまけをつけています。レアカード、樹脂製の武器類等をパッケージに同梱するのです。こうすれば、海賊版の製品よりある程度高価で売られていても付加価値をだせるでしょ」とは香港ゲーム会社の老舗GAME ONE SYSTEMSテリー・ダオ氏のコメントだ。それにしても、自ら作り上げたオリジナルを違法海賊版より付加価値をつけるために現地企業が四苦八苦しなければならないという状況はなんとも滑稽であり、且つ空しい状況だ。違法海賊版が自分達の主要競合商品というのが現実であった多くの中華圏ゲーム会社は、認知度はあがりつつも自分の懐事情は芳しくないという状況が長期にわたって続いていたのだ。そこの登場したのが、中国版インターネット・カフェ「網芭」であり、オンラインゲームだったのだ。


一般的なNETBARの外観。内部は心地よい薄暗さが妙に懐かしい。

中華圏ゲーム業界救世主としての「網芭」

1時間1.5元（30円程度）で運営されているような、中国内地の小型ネットバーでは、殆どすべてのインストール済みソフトが海賊版であると断言してもいいだろう。このような状況下、中国圏のゲーム開発会社は「網芭」をどのように考えているのだろうか？

〝網芭〟は香港ゲーム業界にとっての救世主だ」、クリス　K・

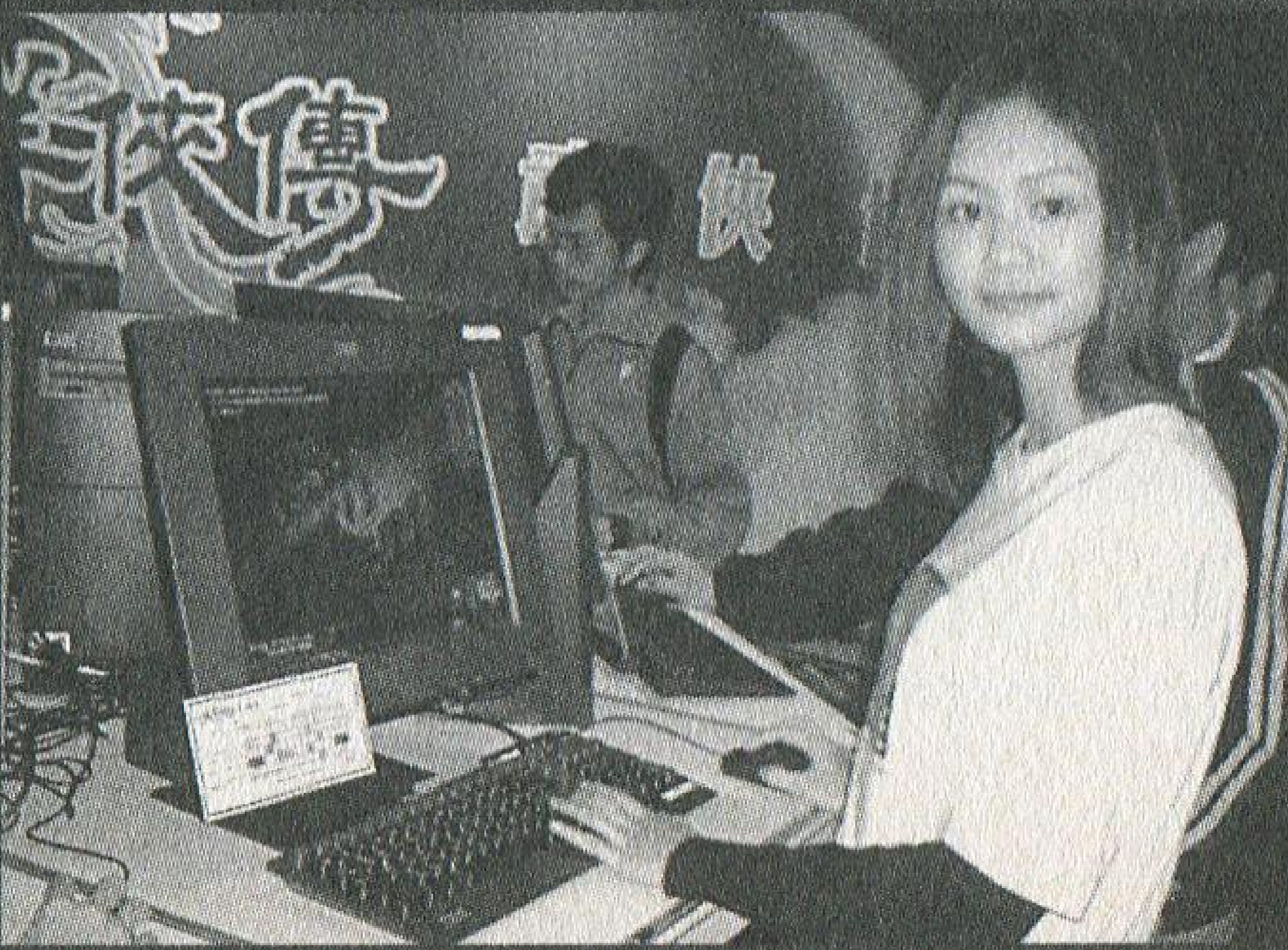
台湾での事業活動拠点を設立したところからも彼らの気合のいれようが伺える。『金庸』が金庸の世界観をON-LINEゲーム化したのと同様『古龍』は別の人気武侠小説作家古龍の世界観をON-LINEゲーム化したものだ。『古龍』最大のセールスポイントは戦闘がリアルタイムになっている事である。多くの敵は魔物であり、これらモンスターも『DIABLO』シリーズの雰囲気を踏襲している。また、SEも欧米ON-LINEゲームをかなり参考にしており、効果音など非常に似ているようだった。

そのためゲームとしての雰囲気は東西混在といった感じをかもしだしている。ただ、舞台はあくまでも中国。『古龍』自体も『金庸』同様中国武侠小説をベースにした世界であり、この世界観にどっぷりつかれるかどうかが、『古龍』にはまれるかどうかの鍵となっている。

『LINGERING TALE：不滅傳説』

中華圏ON-LINE GAMEの新興勢力武侠小説舞台にしたゲームが多い中、本格的ファンタジーを扱ったON-LINEゲームと銘打って、目下中国大陸を中心に展開しているのが卓越数碼科技の『LINGERING TALE：不灰傳説』（以下『不灰』）である。「中国人が中国人に捧げるMUD遊戯」と宣伝していながら、概要は剣と魔法とドラゴン退治という典型的なファンタジー物だ。まったくひねりを入れず、あくまでも

『古龍』のイベントショー風景。1月に開催された香港のゲームショーでは最大規模の展示だった。



※：Massively Multiplayer Online RPG：多人数マルチプレイヤーオンラインRPG

中村 彰憲（なかむら あきのり）：名古屋大学大学院国際開発研究科後期3年ブリガムヤング大学大学院経営学部、国際地域学部卒。研究課題は「中国日系企業」ご意見はslnakamuraa@m.gsid.nagoya-u.ac.jpまで。

Y・タン氏（GAMEONE SYSTEMS）は断言する。「いままで、我々がどれだけクリエイティブなものを創り上げても、正当な評価をうけられませんでした。皆、すぐに海賊版となってしまうからです。だが、今回は違います。プレイヤーはクレジットカードによるサービス料金の支払い及びプリペイドカードに記載されているパスワード経由でなければプレイすることができません。正規の方法でないとサービスを受けられないのです」かつて、開発されるすべてのゲームがことごとく海賊版として売りさばかれてしまった、香港ゲーム業界の老舗企業として妥当なコメントであると言えよう。「網芭」は、まだ、コンピュータの家庭普及率が低い中国では、オンラインゲームのプレイを促進する絶好の場というわけだ。

中国産のオンラインゲームが発展するべき機軸とは

ただし、オンラインゲームが過熱的になる中で、極めて客観的に静観するクリエイターもいる。本誌でも紹介された火狗工房のガブリエルもその一人だ。「皆、オンラインゲーム、オンラインゲームと騒いでいるが作っているものは同じではないか。ストーリーもなにもない。僕達が作りたいゲームはストーリーなんだ。単なるネットフリークのコミュニケーションツールじゃない。」

この痛切な批判の中には、中国オンラインゲームの弱点の一つが的確に指摘されている。『金庸』シリーズにしても最近発売された『古龍群峡傳』にしても一言で言えば「古きよき中国の住人として生きる」という内容だ。三国志をモチーフとしたオンラインゲームを開発した、または開発中のデベロッパーも数社はある。これではオンラインゲームのビジネスモデルが構築されたと開発側が歓喜しているうちにゲーム自体が供給過剰となってしまうのはあまりにも明らかだ。これからの中華系ゲーム開発業者には既出のオンラインゲームの基本設定とは違う更なるオリジナリティーを伴ったゲームの開発が今後の最重要課題となってくることであろう。

DRAGONWAR1（ドラゴンウォー・ワン）：英語の何でも屋。翻訳、通訳、講師と全般的にこなす。中国WTO加盟を機に中国語も覚えはじめるが広東語が主流の香港ではまったく使えず辛酸をなめる。

ファンタジーの王道を行く『不灰』には一種の爽快感すら感じる。インターフェイス、効果音、モンスターデザイン等すべてにおいて『BALDER'S GATE』及び『DAIBLO』を踏襲しており、『不灰』は中国人クリエイターが洋物ファンタジーに捧げるオマージュ的作品と言えるかもしれない。

また、ミッションを進めることで、全12章あるメインシナリオを自叙伝に綴り上げるという明確な目的がありながらも自由度が高く、仲間とのコミュニケーションを楽しむというON-LINEゲームの特徴を最大限に活用することもできる。付随されているモンスター図鑑は、新たなモンスターに遭遇することで、図鑑を拡張することができるようになっており、やりこみゲーマーに対する配慮も欠いていない。ただし、戦闘シーンがターン制になっており、同シーンのエフェクトも決して派手ではないこと、SEが『DIABLO』に酷似していること等、中華圏外に本作品をマーケットできるかについての疑問点が残らないわけでもない。



『lingeringtale』：正統派ファンタジーに中国人はどう反応するか?!

中華圏におけるON-LINEゲームの可能性

以上、紹介してきたように、中華圏におけるON-LINEゲーム市場は活況を極めている。これは、プレイヤーのみならず、開発側の人間もこの事業機会を手中にしようと躍起になっていることがその理由として挙げられるだろう。このような中、香港、台湾と相次いで、PS2が解禁となった。海賊版PS2ソフトが既に横行するなか、敢えてこの英断に踏み切ったソニーの狙いは一つ、「来たる大中華圏ブロードバンド時代に対する布石」に違いはないと断言していいのではないだろうか？

ゲームソフト批評

語るべき何か、評価すべき何か、そんな意義と価値を持つゲームを批評する。本誌の礎とも言うべきコーナーです。あなたは何を感じたでしょうか。

サクラ大戦4 〜恋せよ乙女〜　ゲーム批評 1

ジャンル：ドラマティックアドベンチャー／メーカー：セガ／機種：DC／価格：6,800円（初回限定版8,800円）／発売日：2002年3月21日

吉田龍司　プレイ時間：8時間

行き詰まる物語、散れなかったサクラ

終わるために用意された舞台には新たな波乱万丈は盛り込まれなかった 4度目のサクラは散ることすらままならなかったのか



サクラは散るからこそ美しい。第1作『サクラ大戦』発売（96年9月）から実に6年も咲き続けてきたサクラ。その大団円と位置付けられている今作『4』で多くのプレイヤーが確認したかったこと、それは「このシリーズを応援し続けてよかった」との思いであったはずである――。

何らストーリーに感情移入できないまま、ゲームは進む。7時間後、スタッフロールを空しく眺めながら思った。どうしてサクラは散れなかったのか、と。模範解答は「『4』ではサクラは咲かなかった。咲いてもいない花がなぜ美しく散れるのか」であろう。ただ、この答えでピリオドを打つのもどうも釈然としない。沈むセガハードで孤軍奮闘してきたサクラブランドの6年の重みと、ファンディスクさながらの『4』の軽さ。このいびつな天秤ばかりの謎を解かない限り、少なくともこの作品を愛してきたファンは絶対に浮かばれない。

大河ドラマとして成立した『サクラ』シリーズ

『サクラ大戦』シリーズがここまで長く支持されてきた理由は、ひとえに作り手とユーザーの間にあった強固な信頼関係に尽きる。シナリオ、音楽、操作性と過去3作の本編がファンを裏切らないクオリティの高いものに仕上がっていたことはもちろんだが、何より作り手は花組を初めとしたキャラクター達を非常に大事にしてきた。

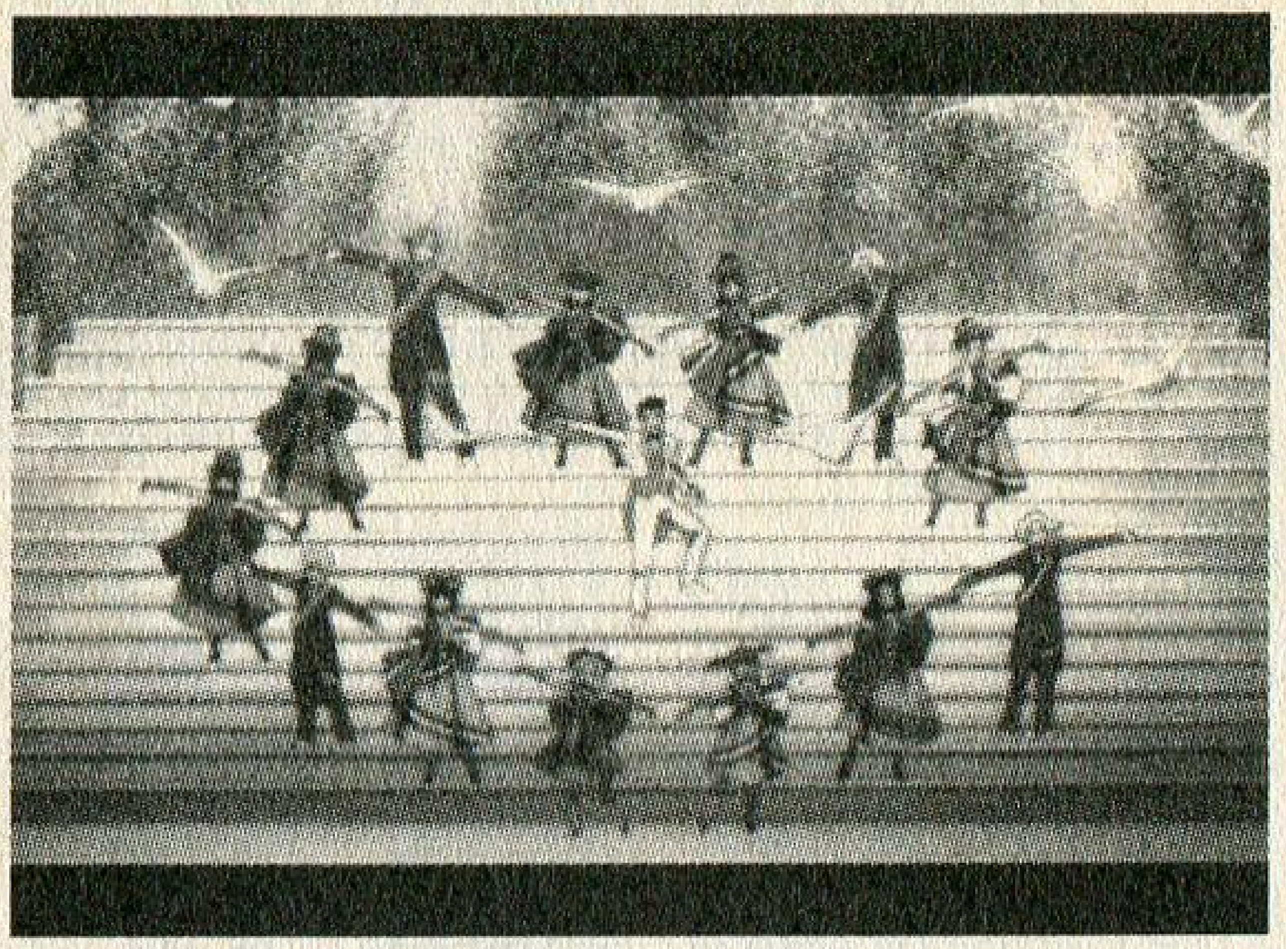
いわば『サクラ大戦』は「ユーザーの気持ちを無視したリセットをしない」という一点で、他にあまり例を見ない大河ドラマのようなシリーズとして成功してきたと思う。キャラ一新の『3』でさえ、花組は重要な役回りで登場。ユーザーの気持ちに配慮しつつ面白いものをつくろう、とする作り手の姿勢は確実に伝わった。

例えば、恋愛シミュレーションのもう一方の雄である、あのゲームの転落ぶりを思い浮かべて欲し

い。本編では持ち前のゲーム性に決定的なプラスアルファを打ち出せず、とんでもない派生ゲームをリリースし、自己模倣とキャラ乱造の泥沼に陥ったあのシリーズを。「ブランド名さえつけていればユーザーは買ってくれる。グッズも買ってくれる」との思惑、そして作品への愛情の欠落が透けて見えた結果、こちらはユーザーとの信頼関係は見事に崩壊した。

終わっていた「物語」

『4』でもこうした作り手の姿勢はよく伝わる。新キャラが登場するわけでもなく、システムが変化するわけでもなく。とってつけた新機軸を打ち出すよりも、シリーズ総決算としての位置付けを大事にしようとした、と思ったが……ゲームスタート時、プレイヤーに要求されるのは『1』～『3』のDCクリアデータである。前作でも同様の要求はあったのだが、『3』はともかく、古いファンが持っている『1』、『2』のデータはサターンのデータである。無論なくてもプレイ可能だが、ここで改めて疎外感を感じた向きは少なくないはずだ。実はユーザー対象がリセットされていたことが明らかになったのだから。正直、僕はここで白けた。



花組、巴里組が揃う絵はさすがに壮観。しかし、登場人物の数とシナリオの創り込みが反比例している。

まったく起伏が感じられないストーリーが淡々と進む。見慣れたすみれとカンナのケンカ。「この二人は本当はお互いのことが好きだ」と改めて言われて照れる二人。平和だ。過去のシリーズでの幾多の話が消費された結果、キャラクター達はもう、人間関係は互いに理解しあっている。例えば、ここですみれとカンナがガチのケンカになってしまうことの方がうそ臭い。整地に整地を重ねた結果、花組で物語が生まれる土壌は既にない、という〝大いなる平地〟が確認されてしまったかのようだ。紅蘭は相変わらずヘンな発明に没頭し、アイリスは「アイリス……なんだもん」だし、マリアは相変わらずクールだ。それはそれでいい。そうした永遠の日々を望んでいるファンもいるだろう。

理解に苦しむ作り込みの甘さ

ならば、ストーリーはまだ整地されていない帝国・巴里両歌劇団の絡みが縦軸、敵との闘いが横軸になればいい。極めてありきたりの発想だが（笑）そう思った。主人公の大神はその間を振り子のようにさ迷えばいい、と。しかし、作り手はこの手を取らなかった。『サクラ』特有の波乱万丈のストーリーよりも、大団円としてのあり方を優先してきたように思われるのだ。つまり、ディスク1枚というお手軽な容量の中に、ユーザーが13人の隊員すべてとのハッピーエンドが迎えられるように、平等で均等なプログラムを押し込めてきたのだ。

これは予想外だった。多くのユーザーは、大団円もドキドキワクワクのストーリーも両方をとった〝3枚組のいつもの本編〟をやってほしかったのだ。各キャラに感情移入する前に、「もう『1』～『3』でお目当ては決まってるでしょう。さあ結婚相手を選んでください」と言われてもこちらは戸惑うばかりなのである。作品としての完成度の高さがあってこそのキャラ萌えであって、『サクラ』は決してこの逆のゲームではなかったはずだ。

最後の最後で作り手とユーザーの意識はすれ違った。この6年は何だったのか。劇中劇が「ああ無情」とはできすぎである。

PROFILE

吉田　龍司（よしだ・りゅうじ）

何でもライター。正直、「サクラ」は次作（があれば）でリベンジと見てます。それよりも広井氏には「北へ。」の新作に大雪山よりも高い期待を寄せています。

関連作品

サクラ大戦（AVG）

メーカー：セガ／機種：SS／価格：6,800円／発売日：'96年9月27日

本命以外の女の子に"ゴマをする"ことに合理的な理由を持たせたのはお見事。アニメを意識した演出はその後のシリーズにも受け継がれた。

ゲーム批評にひとこと　ボーイズゲームを特集する雑誌はこれだけだと思う。（埼玉県　エクスガイスター）

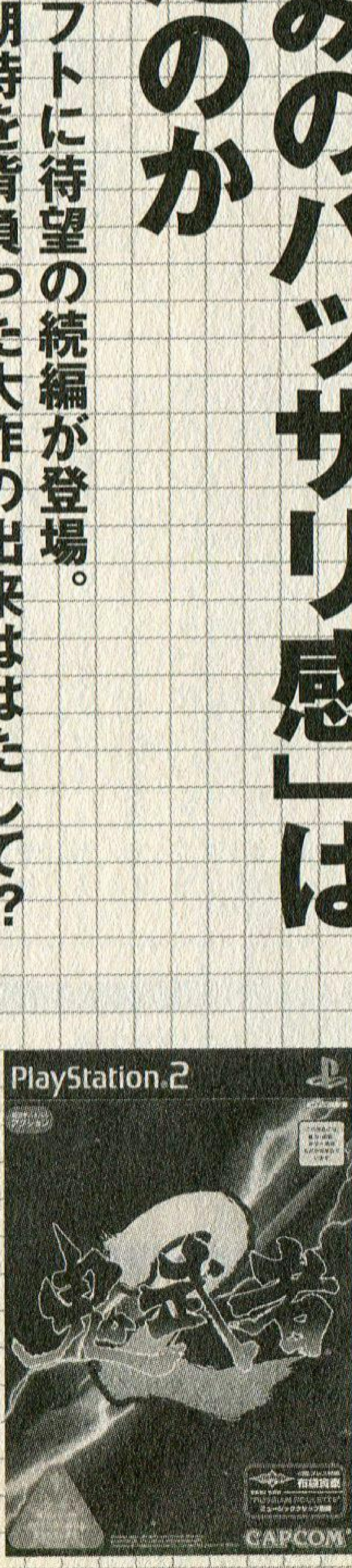
鬼武者2　2

ジャンル：ACG／メーカー：カプコン／
機種：PS2／価格：6,800円／
発売日：2002年3月7日

如月七葉　プレイ時間：28時間

「愛と哀しみのバッサリ感」は実現できたのか

PS2初の100万本ソフトに待望の続編が登場。ユーザーと企業の大きな期待を背負った大作の出来ははたして!?



企業の生命線となる続編作品

ゲーム1本当りの制作費が億を超える家庭用ゲームの世界では、売上げが保証されるプロジェクト以外を実行するのは困難な現状だ。100万本の可能性を秘めてはいるが千本しか受注が来ないかも知れない革新的な企画より、過去の統計上5万本は確実な方が現実的であり、企業として係わる人間すべての飯代を生み出す宿命を果たすには後者を選ぶのが正しい判断である。もっとも、どうやったら確実な売上げが望めるか、という命題はゲーム産業黎明期から考えられ続けていることで、

①面白いと認知されている人気ゲームからシステム等を頂く
②既に人気のある有名人や別メディア作品（漫画／アニメ等）とのタイアップ
③人気作の続編として前作のファンを引き継ぐ

などが立案、実行されてきた。その内、①はマネゲーは駄作が多いという消費者側の認識で売れなくなり、②はキャラゲーはクソゲーが多いという考えがゲーマーの常識になったこと（バンダイグループの功績大）と、発売までのタイムラグによる商売の難しさをメーカー側が感じたことにより乱造されなくなった。ちなみに、ルーカスアーツ等が良質のキャラゲーをリリースしてきた欧米では日本ほど②のイメージが悪くなく、現在でも有名人の名前がついたスポーツゲームは一番の人気ジャンルである。以上により日本では③の続編以外は危険度の高い選択肢となり、売上予測を銀行や株主に納得させる意味でも続編を柱に事業を展開するしかなくなってしまった。

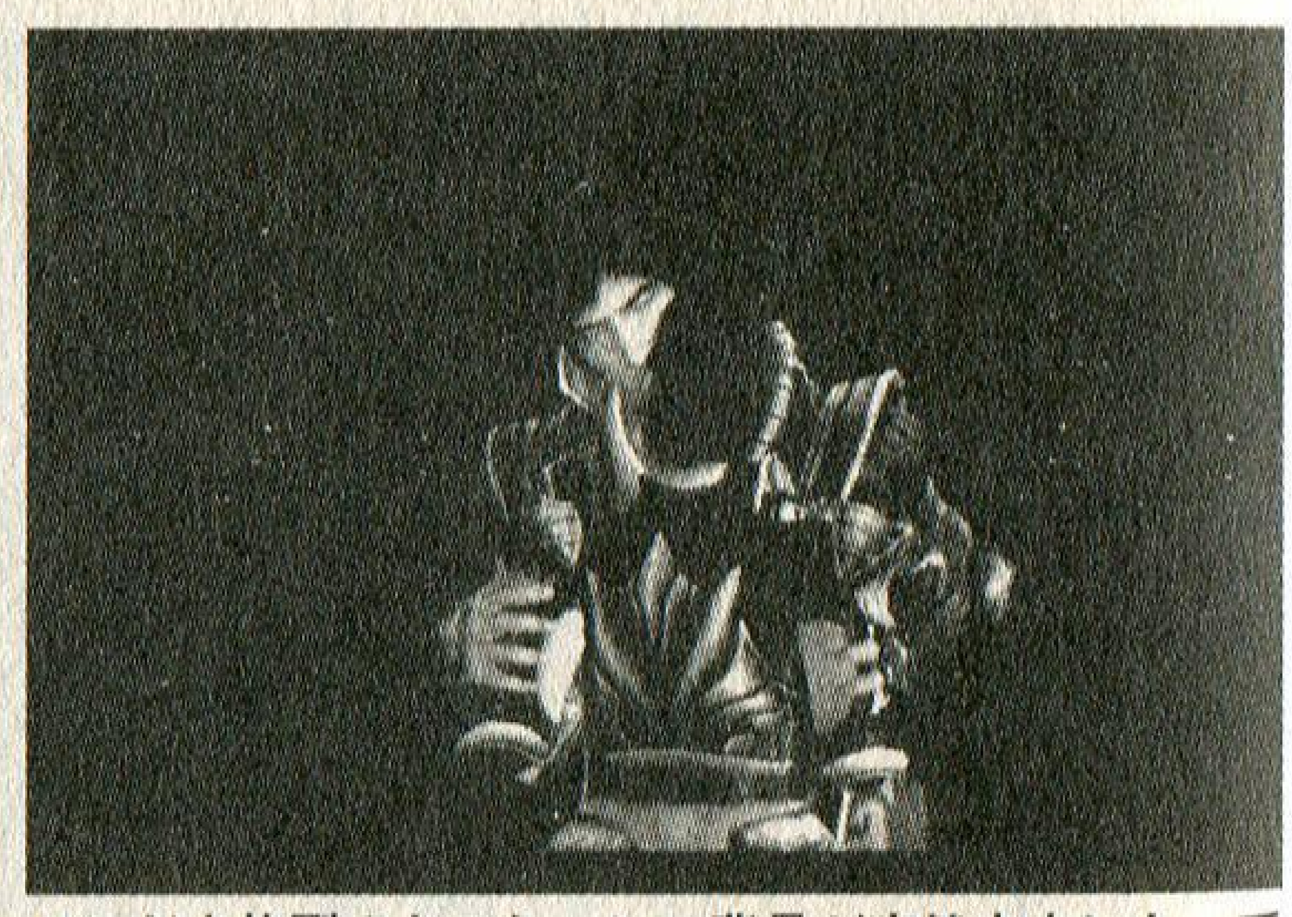
初代『鬼武者』は『バイオ』シリーズから派生した作品で、銃器による遠距離攻撃主体の『バイオ』に対し近接戦闘の爽快感を売りにしたPS2初期の代表作だ。ドラマ「ゴールデンボウル」主演の金城武が〝主演〟しているのも話題だった。その続編、つまり『バイオ』の甥にあたるのが『鬼武者2』だ。

色んな意味でバッサリ感が溢れる

本作は「愛と哀しみのバッサリ感」をキャッチコピーに、剣劇アクションとしての爽快感をパワーアップさせている。斬りのスピードは全体的に速くなり、コマンド入力で連続技を出せる「秘伝」、3段階の溜め攻撃が行える「奥義」が追加され、攻撃の幅が広がった。また相手の攻撃に合わせて剣を繰り出すことで一撃で敵を倒せる「一閃」が出しやすくなり、タイミングよく一閃を連鎖させて周囲の敵を瞬殺することも可能になった。「紫玉」による無敵の鬼武者変身も追加され、爽快感は大幅に

増している。また、場面によって仲間が共に闘ってくれることがあり、ピンチの時にはありがたい。もちろん、前作同様に通常斬りとボタン一つで出せる「鬼戦術」だけでも進めるのでややこしい操作が嫌いな人でも恐れることはない。それ以外は前作からまったく進化しておらず、前作で不評だった『バイオ』式ラジコン操作はそのままだ。銃器主体の『バイオ』はともかく、近接アクションが売りの本作では『バンゲリングベイ』同様のラジコン操作は非常にやりにくい。特に、位置取りが重要になるボス戦では頭では分かっていてもうまく動けず不要なストレスを感じる。前作が100万本以上売れたのだから変えなくてよいという考えなのかも知れないが、同社の『デビルメイクライ』を含む多くのPS2ソフトがアナログスティックでの自由な移動環境を提供し、ユーザーもそれに慣れている現在では前作プレイ時よりつらさが際立つ。もっとも、『バイオ』同様のプリレンタリングされた一枚絵の背景をつなぎ空間を表現しているため、上で前進という固定操作でなければまっすぐ進めないという弱点はあるが、それでも選択性にするなどの配慮が欲しかった。そもそもこのかき割り背景方式は『バイオ』では死角から敵が現れてギャーというホラー度上昇に役立っていたが、アクション志向の『鬼武者』では敵や自分が見えないという最悪の状況を生む結果になり向いていないと言える。前作開発途中にフルポリゴン背景から切り替えたと記憶しているが、ヒットが約束されている『2』では初志を追って欲しかった。岐阜城など前作からの背景使い回しが多いのも気になる。

しかし、もっとも残念なのはシナリオだ。松田優作（の物真似の人：ジーパン殉職時風）が演じる主人公、柳生宗厳は前作の棒読みとは大違いで渋くかっこ良い。不在時に幻魔王信長に故郷を襲撃され復讐の旅に出発、風魔小太郎、雑賀孫市、安国寺恵瓊、浅井家の女剣士という歴史上の有名人をモデルにした個性的な人物と出会い、ギャルゲー宜しく貢ぎ物を捧げて機嫌を取る前半は割と普通に遊べる。だが中盤以降大きく雰囲気が変わり、敵の幹部が全員色物というか単なるおバカキャラで、闘う必然性が感じられなくなる。主人公のライバル魔界剣士ゴーガンダンテスは白塗りのバカ面だ。そんな奴らに故郷を滅ぼされた自分が悲しくなってしまう。せっかく信長を敵にしているのだから配下の前田利家や滝川一益を敵役で出せばずっと盛り上がったはずだ。そして何の脈略もなく美麗ムービーで登場するロボット馬、潜水艦、亀型飛空艇など今までの和風活劇は何だったのかと理解に苦しむ。



モンドさ炸裂のキスシーン。背景が突然宇宙になってしまうのはカメラ視点を回す（プリレンタリングの背景では不可）ためか。

とは言うもののこの辺りは趣味の問題もあり、無駄に大金を注がれた作品好きな筆者は爆笑できたので一向にかまわんッなのだが、罠に落とされ急いで脱出すべき場面でヒロインは過去を長々と語ってくれ、仲間はあっさり非業の死を遂げる。とにかく作品全体で整合性を取ろうとした形跡が見えず、ちぐはぐな印象を受ける。仲間が左、自分が右に位置し「一緒に左右の仕掛けを回しましょう」といって始まるミニゲームで実は左右ともプレイヤーが回さなくてはいけないことなども実に適当。完結編となる『3』ではシナリオのバッサリ感は控えて頂きたい。

PROFILE

如月七葉（きさらぎ・ななは）

布袋の『RUSSIAN ROULETTE』はタイトル放置デモを除くOPにもEDにもCMにも使われてなかったと思うのですがそれでも主題歌と呼べるのでしょうか。『消えたプリンセス』付録の富田靖子の歌の方が扱い良かったぞ。

関連作品

ライジング ザン ザ サムライ ガンマン（ACG）

メーカー：ウエップシステム／機種：PS／
価格：5,800円／発売日：'99年3月25日

スーパーウルトラセクシィヒーロー一斬が生涯無敵流を駆使して大暴れする３Ｄアクション。キャラクター、主題歌、システムなどすべてがバカゲーというコンセプトに沿っている。

ゲーム批評にひとこと　近所のエッチビデオの自販機の隣に可愛いパン屋さんがOPENしました。（大阪府　ふな）

動物番長　3

ジャンル：ACG／メーカー：任天堂／機種：GC／価格：5,800円／発売日2002年2月21日

ハービー吉村　プレイ時間：20時間

今どきシステムにこだわる ちょっと変わったヤツ

「GCなのに、そのグラフィックでホントにいいの？」思わずそんな言葉がでてしまう至極単純な見た目ではあるけれど……。



集めなきゃ「ならない」凝りに凝ったシステム

ゲームの面白さの本質として「システム」が重要なのか「シナリオ」が重要なのか？　というのは数多くの議論がなされてきた永遠の命題である。

もちろん、斬新な「システム」と完成された「シナリオ」を持つゲームというのが理想なのだが、残念ながらそういうゲームは今や滅多に登場しなくなってしまった。

といっても、ゲームのレベルが下がったというわけではなく、ゲームというエンターテインメントがほぼ完成され、新しい「システム」を作るコト自体が困難になってしまったというのが現状なのではないだろうか。

今回の『動物番長』なのだが、「システム」だけを特化して制作されたイマドキ珍しいゲームであることに間違いはない。

何より、このゲームには「シナリオ」や世界観というものが、ほとんど存在しないのだ。このゲームをプレイするということは、獲物と闘って、獲物のニクを引き抜き、ニクの色を揃えてヘンタイし、ボスを倒して特殊なニクを引き抜き、コウビをして成長（世代交代）するというダケなのである。

その替わり、ゲームシステムについては凝りに凝りまくった作りになっている。

まず、闘った相手のニクを引き抜くのだが、このニクに色がついていて、その色を揃えることによって黄畜類（ガードが堅い）・赤翼類（ジャンプの滞空時間が長い）・青爬類（長距離タックル可）・紫乳類（小回りが効く）・灰獣類（攻撃力が高い）などにヘンタイすることができる。

ニクの色の組み合わせにも、淡・淡濃・濃・混・暴という種類があり、身体の成長（世代交代）に合わせて最高で6枚のニクを組み合わせることができるので、5×5×6＝150種類のバリエーションのドーブツにヘンタイすることができる。

150種類のドーブツにはそれぞれ名前がついており、一度ヘンタイしたドーブツは記録される。

そして、このゲームの取りあえずの最終クリアは、100種類以上のドーブツにヘンタイして、動物番長（ラスボス）を倒すことなのである。

つまり、普通のゲームではクリア条件に関係がないアイテム・コレクション・コンプリートが、このゲームでは最終目標になっているのだ。

グラフィック能力の無駄遣いと言うなかれ

『動物番長』の評判として「やってみたいのだが、イマドキのゲームとして、あのグラフィックはな

いんじゃないの」という声をよく聞くのだが、ゲームのシステム上150種類のドーブツをわかりやすく表現する必要があるために、簡略化されたグラフィックにならざるを得ないし、キャラクターとのマッチングの問題から、ポリゴンで構成された世界も簡略化する必要があるのだと思う。

感心したのは、グラフィックが簡略化されているからといって、キャラクターの動きそのものは、かなりのレベルで表現されていることだ。跳んだり走ったり、獲物に喰いついている姿などは、かなりシッカリと表現されているので、逆にこれをリアルなグラフィックで表現してしまうと、かなりグロテスクなゲームになっていた可能性があったくらいである（それはそれで見てみたいような気がするが……）。

ゲームを進めていく過程で、最初はボスを攻略するために、より強いドーブツにヘンタイしていたのが、次第に効率良く、数多くヘンタイするにはどうやったらいいのか？　ということを考えるようになってくる。



至極単純グラフィックに加え、物語性はゼロに近い。FC初期にはそれでも名作となった作品があったのだが。

そこまでくると、このゲームはいきなりパズルゲームのような思考型ゲームに変貌する。そしてこのゲームが面白くなるのは、いかにドーブツ・コレクションを効率良くコンプリートすることができるか？　という中盤〜終盤にかけての頭脳戦にこそあるのだ。そうなると効率良くヘンタイするために、同じステージを何度もやり直すことになったりして、麻薬的にハマってしまうことになる。

ただ、そこまでに行き着くのには、かなりの時間がかかる。ブタ↓クマ↓トリとデフォルトのキャラクター頭部が進化していくのだが、すべてのドーブツにヘンタイすることができるのは、最後のトリになってからなのだ。

はっきり言って、このゲーム、プレイし始めてからの2〜3時間は、あまり面白いゲームではなかった。コントローラの操作性は良くないし、獲物と闘ってニクを引き抜くという作業の繰り返しだけなので、少々飽きてしまうのだ。

しかし、150種類のバリエーションのドーブツに、どういう規則性でヘンタイするかというシステムを理解するのには、確かに必要な時間ではある。

このゲームの醍醐味は、色々なドーブツにヘンタイし、そのドーブツ・コレクションを、いかに効率良くコンプリートさせるかにある。しかし、そのゲームシステムを理解するまでに、時間がかかるというのが、このゲームの弱点となってしまった。

『動物番長』は新しいゲームシステムを構築して表現したゲームであることは評価したいが、あまりにも、その「システム」が生のままゲーム全体を支配してしまったのではないだろうか。

くだらない「シナリオ」をムリして作る必要はないが、それでも「生きたい」「食べたい」「コウビしたい」という人間の欲求の原点だけを追求してゲームを作ってしまうのは、ナンボ何でもヤリスギだったのではないのか？　というのが『動物番長』の印象となってしまった点が残念である。

それでも、必要もないのに、ついつい召喚獣や剣をコンプリート・コレクションしてしまうゲーム・マニアにとっては、なかなか楽しいゲームなので、食わず嫌いをしているプレイヤーには一度プレイしてみるコトをお薦めする。

PROFILE
ハービー吉村（はーびー・よしむら）
ウィーク・デイは単行本の編集をして、休日にマンガ原作とライター仕事をこなす日々。でも連休中には『風来のシレン外伝　女剣士アスカ参上』三昧でした。このゲーム、マジでかなりイイ。今年上半期のベストゲームだ。

関連作品
グンペイ（PLG）
メーカー：コト、バンダイ／機種：WS／
価格：2,980円／発売日：'99年3月4日
ゲームの楽しさはグラフィックの作りこみと単純に比例するものではないということを証明した線を使ったパズル。任天堂に貢献した故・横井軍平氏の最後の作品でもある。

ゲーム批評にひとこと　中途半端なカラーは見ているとツラくなる。線香花火を思いだす。（三重県　ぷーすけ・ぷー）

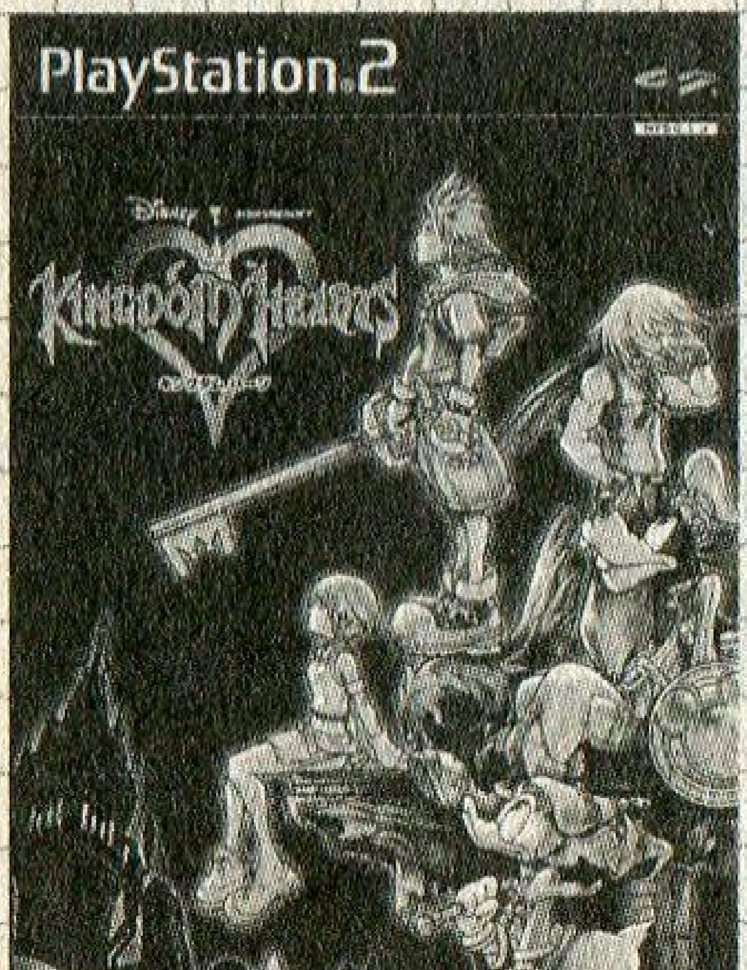
キングダムハーツ　4

ジャンル：RPG／メーカー：スクウェア／
機種：PS2／価格：6,800円／
発売日：2002年3月28日

如月七葉　プレイ時間：42時間

ディズニーとスクウェアが描く夢は誰の期待に応えてくれるのか

ゲーム界とアニメ界の雄ががっちり組んだドリームプロジェクト。宇多田ヒカル起用など、売れることを宿命づけられたソフトの行方は？



夢の競演は危険がいっぱい

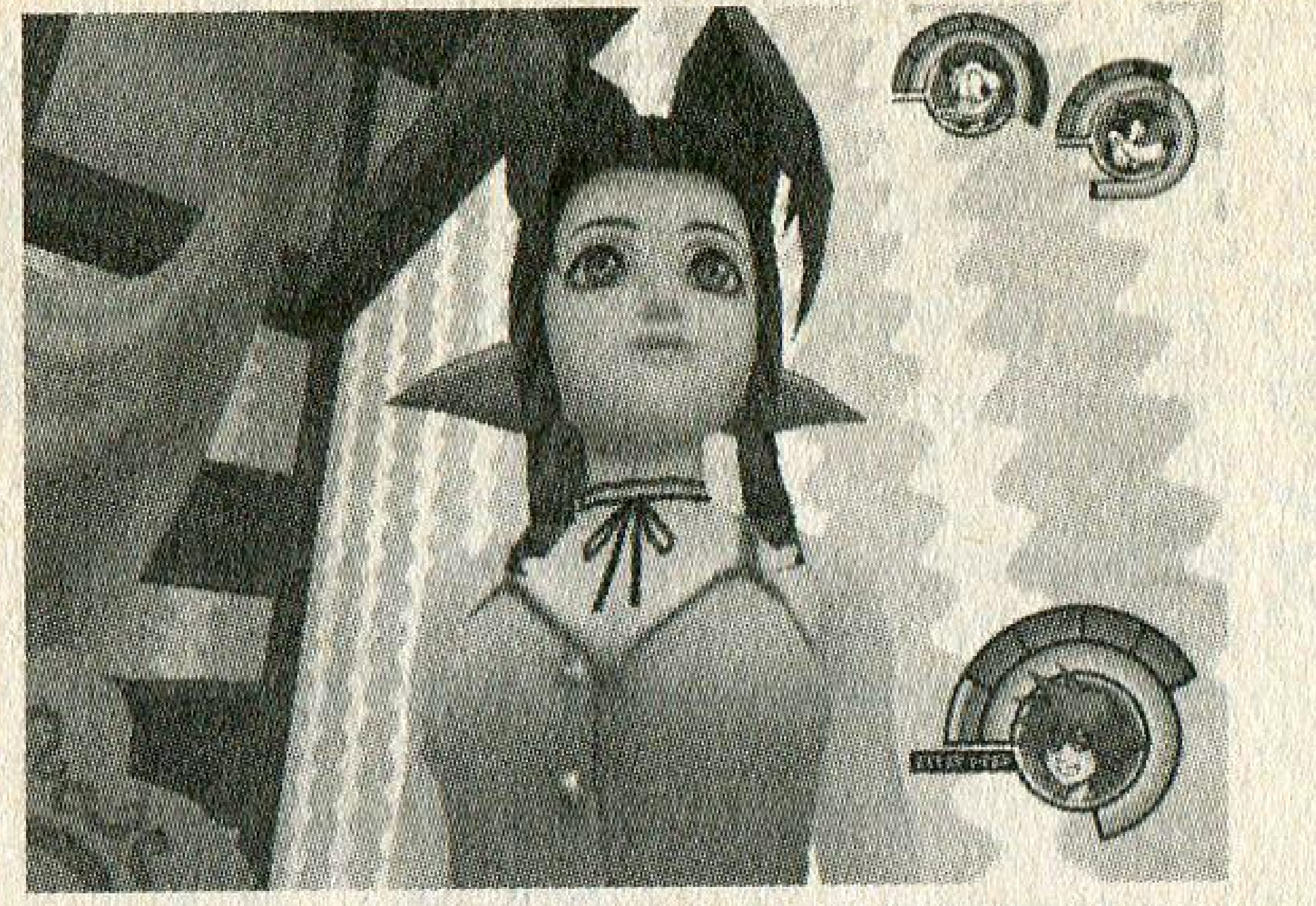
我々の力を合わせれば怖いものなしですな、合体！　てな話はよくあるが、現実は青写真通りにはいかないものだ。お互いの長所が合わさると同時に短所も合わさるだけでなく、食い合わせによりさらなるマイナス面が生まれることを注意しなければならない。

『キングダムハーツ』は世界一のキャラクターコンテンツ企業ディズニーと、日本を代表するゲームメーカースクウェアが手を組み、両社の人気キャラが共演する夢のアクションRPGだ。ディズニーからはレギュラーキャラのグーフィー、ドナルドダッグの他、多次元世界のように切り離された各ワールドのそれぞれで、アラジンやターザン、ピーターパン、ビースト（『美女と野獣』）達が登場し、主人公と共に闘ってくれる。またバンビやダンボも召還魔法として協力してくれる。グラフィックはディズニーアニメのスタッフが驚いたという程の完成度で、モデリング、ユーモラスな動き、日本のアニメに慣れた目には薄く感じる色合いまで見事に再現されている。『FFX』と異なり背景もほぼすべてポリゴンで構成されているが、各世界の原作舞台の雰囲気がよく出ていて美しい。もちろん音楽や声優もほぼ原作映画のままで、本作ではちょい役の魔王ハデス役に、実写版ベガ様こと嶋田久作が出ているのが豪華だ。

スクウェアサイドからは本作オリジナルキャラの他、『FFⅦ』、『同Ⅷ』、『同X』の人気キャラ数名が出演している。悪人も含めてとぼけた感のあるディズニーワールドと、トラウマ大好きな『FF』キャラが同じ舞台に立って大丈夫なのかという不安が生じるが、バランス調整として、『FF』史上もっとも感情移入できないプレイヤーキャラと言われるスコールは頼れる兄貴に性格修正され、その他キャラは単なるにぎやかし＆バトル大会の対戦相手程度の役割しか与えられていない。エアリスが生き返っていることに違和感を感じなくはないが、ファンサービスとして素直に楽しもう。オリジナルの野村哲也氏デザインの3キャラも非常に『FF』寄りで、クールなライバルは期待通り寝返ってくれる。

ゲーム面での中途半端な作り込み

以上のようにディズニー作品内は隔離されたワールド単位で区切り、『FF』キャラはあくまでゲスト扱いにすることで夢の共演は大成功している。ディズニーアニメ、特に名作ものが大好きで、『FF』に拒否反応がないユーザーであれば本作は迷わず買いだ。


人気のFFキャラがPS2で復活。地獄から蘇ったエアリスを色んな視点から眺めよう。

シンバの召喚シーンを観るだけでも充分満足できるし、くまのプーさんと会話するのも癒される。

では、ディズニー・『FF』はまあまあ好き、ゲーム大好きな人にとってはどうだろうか。

アクション性の高い戦闘は連続攻撃、回転回避、ガードなど多彩な選択肢を持ちつつ、レベルさえ上げればボタン連打でも気持ちよく敵を粉砕していけるのでアクションに不慣れでも何とかなる。勝手に動く仲間達は強すぎず弱すぎずでほどよく役に立ってくれる上、倒されても自動で回復するので手がかからない。元気に飛び回るグーフィーには彼の旧名が〝Dippy Dog=気狂い犬〟だったことを思い出させてくれる程だ。勝手に障害物に引っかかってプレイヤーを足止めする『聖剣伝説2』の仲間達から考えると大きく進歩している。だが褒められるのはそこまで。

一番の問題点は操作性が極端に悪いことだ。ノンストップなバトルを行うために、左スティックで移動、右スティックでコマンド選択を行うのだが、慣れていないせいもあり右スティックの操作が非常にやりづらい。△が便利ボタン（話す／開く等）だったら随分楽になったろう。また魔法のショートカットが3つしか選べず、戦闘中に入れ替えができないのは、せっかく用意された魔法を絡めた戦略的な闘い方を自ら封印することになり損をしている。さらに3Dアクションゲームの明暗を分ける視点変更が、非常に中途半端な出来である。そのくせ繊細なジャンプを要求する場面が多いのでストレスがたまる。巨大なボスの背中から駆け上がって後頭部を一閃！というような3Dならではの楽しみも実現できているだけに、余計な障害があるのは非常に残念だ。

その他戦闘中に宝箱や扉が開けられない、好みにもよるがマップがない、など細かい不満が残る。加えて本作ではステージ間の移動が同社の『とびだせ大作戦』を彷彿とさせる3Dシューティングになっており、その自機をパーツ単位でブロックのように立体的に組みあわせて自由に設計できる（見た目も変わる）という究極的なシステムがさりげなく実現されているのだが、このインターフェースがとてつもなく分かりづらい。それを制作側も感じているようで、進行上必須なパーツはシドが勝手に取り付けてくれる上、まったく手を入れなくても最後まで行けてしまう難易度になっている。フルチューンアップした自作マシンを活躍させる裏ステージ等もなく、せっかくの素晴らしいシステムを途中で投げてしまったように見える。これらの問題はコンシューマRPGの操作性、入りやすさを長年リードしてきたスクウェアなら解決できたはずで、上場企業の宿命とはいえ、3月発売にこだわって妥協したと疑わざるを得ない。

さんざん文句を書いたが、日本と違い二次創作物であっても自分のキャラクターとして徹底管理しようとする海外版権商品の制作スタッフは苦労したに違いない。しかもお相手は小学生がプールの底に書いたミッキーの絵に抗議したという逸話を持つディズニーだ。知名度NO.1キャラがラストの一瞬しか出ないのも〝ミッキーは闘ったりしませんから〟という指定の結果だと推測される。それでもこれだけのものが作れたのだから、決定済の続編ではゲームファンの要望にも応えてくれることを期待したい。

PROFILE

如月七葉（きさらぎ・ななは）

ディズニーを恐れて同人誌印刷会社の組合が『KH』本の印刷を拒否するよう指導しているそうです。グーフィー総受け本とか作っても需要があるのでしょうか。

関連作品

ファミコンジャンプ英雄列伝（A・RPG）

メーカー：バンダイ／機種：FC／
価格：6,500円／発売日：'89年2月15日

説明不要？　の迷作。『KH』で遊んでいて一番感じたのは、このスタッフが作ったジャンプMIXゲーがやりたい、でした。スクウェアさん頼みますよ〜。

ゲーム批評にひとこと

まだ20代ですが、学生時代には飛龍乱先生にはそれはそれは大変お世話になりました（笑）。
（岩手県　HA−21S）

巨人のドシン　5

ジャンル：南国アクション／
メーカー：任天堂／機種：GC／
価格：6,800円／発売日：2002年3月14日

池谷勇人　プレイ時間：12時間

GCで再登場した『ドシン』は、本当の意味での巨人となり得たのか？

"ゲーム"が確立させた娯楽のメカニズム しかし、ハードスペックの向上が傷心を忘れさせるのか……

「生産」と「消費」のパワーバランス

ゲームとは情報を「生産」する遊びである。

多くの娯楽メディアにおいては、ユーザーは情報の「消費者」だ。メディアは映像、音声、文字といった情報を提供し、ユーザーはそれを「消費」して娯楽を得る。

一方、ゲームの場合ユーザーは情報の「消費者」であると同時に「生産者」でもある。どんなゲームもそれ単体では未完成であり、ユーザーの"ボタンを押す"という行為があってはじめてゲームは成立する。ユーザーがボタンを押すことによってキャラクターが動き、ゲーム性が生まれ、世界が変化し、物語が紡がれていく。つまり画面上を流れる情報は、メーカーやクリエイターの生産物であるのと同等、もしくはそれ以上に"ユーザー"の生産物なのである。この「ユーザーが情報を生産する」仕掛けこそ、ゲームが他のメディアに先駆け、いち早く確立した娯楽のメカニズムである。

しかし悲しいかな、表現力の向上やメディアの大容量化は、ゲームに「消費」の増大をもたらし、「生産」と「消費」の力関係を逆転させた。イベントとムービーを休みなくつなぎ合わせ、膨大な情報を一方的に垂れ流す"映画的な"ゲームの台頭がまさにその好例である。もちろんそれは一つの方向性として正しいが、同時にもったいないとも思う。メディアが押しつける情報を「消費」するだけなら映画などでも代用はきく。自分の進んだ後に情報が生まれていく、ユーザーはそんな"ゲームならでは"の体験をしたいのではないか。

任天堂は64DDで、「消費」からの脱却を図ったのではないか。最大約38MBもの書き換え可能領域を持つ磁気ディスクは、「生産」する遊びにこそふさわしい。64DDの第一弾タイトルであり、GC版『巨人のドシン』（以下『ドシンGC』）の前作にあたる『巨人のドシン1』（以下『ドシン1』）は、それを見事に証明してみせた。

作品の根幹となる砂場遊び的ダイナミズム

地図にも記されていない熱帯の島「バルド島」。プレイヤーは巨人となってこの島の一日（現実時間で30分）を思うままに過ごす。

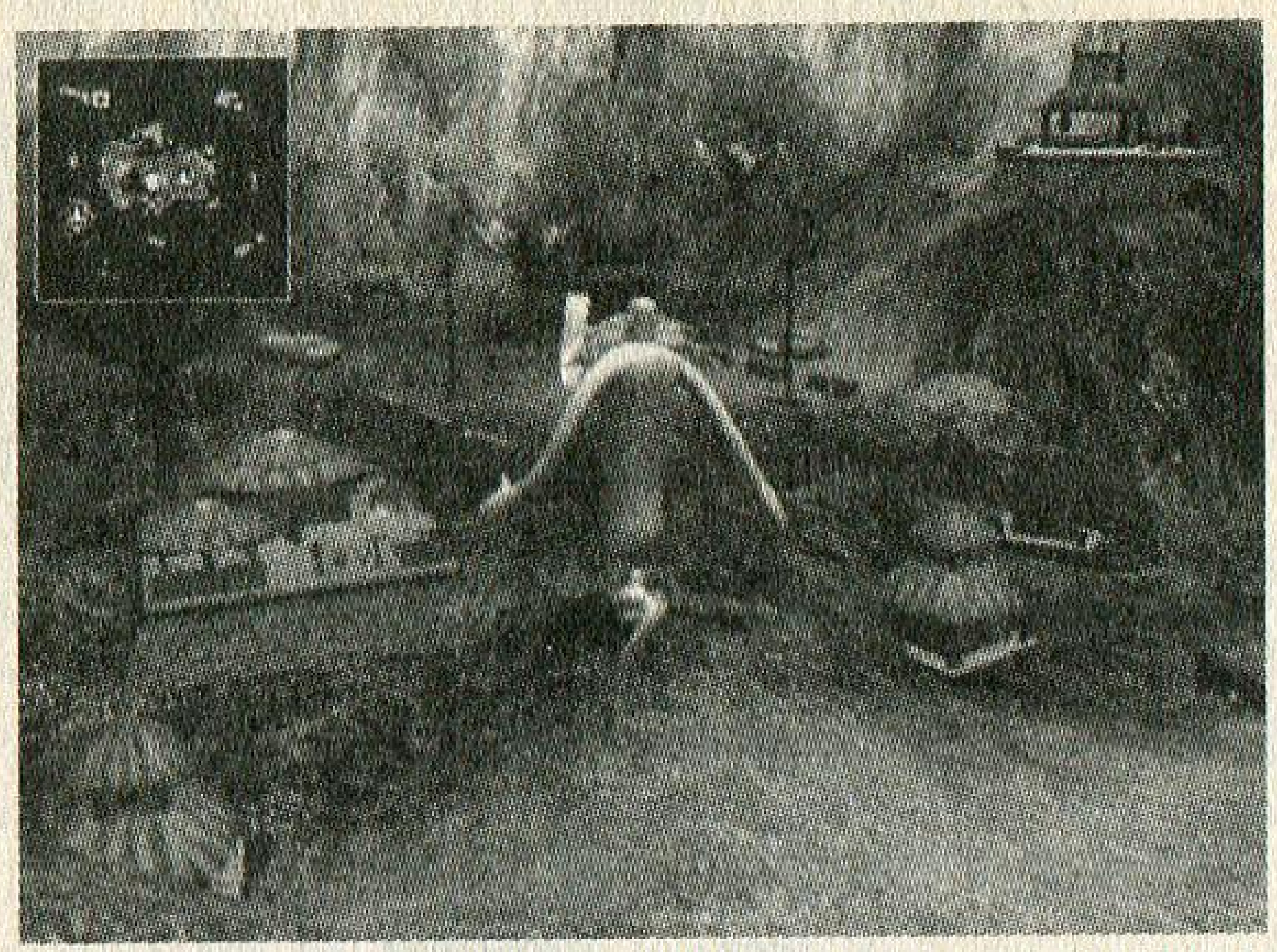
巨人は土地を上げ下げしたり、木や建物を運んだりすることで広大なバルド島を自由にいじくりまわすことが可能だ。島には人間も住んでいて、彼らの要求に応えてあげることで、彼らの集落もどんどん発展していく。なんとなく"島の繁栄"というゴールらしきものは見えるものの、そこを目指すことは本作では必ずしも推奨されていない。ひたすら高い山を作って



頂上から島を見下ろすのも自由。遠くにうっすらと見える離れ小島を半日がかりで本島とつなげてみるのも自由。自ら破壊者となって集落を破壊して回ることも自由。

とにかくここでは何をしてもいい。入力された情報がみるみるカタチになり、自分だけのバルド島ができ上がっていく。砂場遊びにも似た奇妙なダイナミズムは、ゲームが「生産」する遊びであることを再確認させてくれる。

そもそもこの島に物語なんてないし、倒すべき敵もいない。ここではユーザーは何一つ「消費」しなくていい。それでもここの生活は決して退屈ではないし、やがて日没が近づき、あたりが薄暗くなれば決まって「もっと遊んでいたい」という思いが込み上げる。これこそ、そこに確かな〝ゲーム〟が成立していたことの証だろう。



グラフィックの真価とは、制作者が、なにを表現したかったのか？ という部分も大きい。

ドシンに消費を押しつけられたとき……

さて、『ドシン1』から二年と三ヶ月の時を経て、GCに移植された『ドシンGC』。基本は前作と変わらず、グラフィックはより美しく進化した。しかし、そこには見逃しがたい違和感が強くある。

特に感じたのは、世界全体のスケールが著しく縮んでしまっている点。広大な「南の島」が一転「箱庭」になってしまった印象だ。

実際、マップは狭くなっている。これは記録媒体の問題だから潔く諦めるしかないのだが、結果、自然と集落が密集する形になり、ユーザーが自由に土地をいじれる余地が減ってしまったのは残念だ。

巨人も前作より小さく感じられる。これは島全体の質感の変化が原因だろう。GC版になって土地の上げ下げがなめらかになったおかげで地面が柔らかい粘土のような触感になってしまった。一方、木々や建物はなんだか重量感がなくなり、プラスチックでできているような安っぽさがつきまとう。

その他削られた要素も多く、たとえば前作ではユーザーがプレイしていない間もバルド島では時間が経過していたが、それもばっさりカット。演出面など細かな箇所も含めれば枚挙にいとまがない。

しかし何より興ざめだったのは、耳にタコができるほど聞かされる「ゲームの目的は……」云々の説明だ。押しつけられた「消費」からの脱却を図ったはずのゲームが、今こうしてユーザーに目的を押しつけている。もちろん強制ではないが、ゴールを目指すプレイを〝推奨〟していることは疑いない。それに、たとえそれに従うつもりがなくとも、明確なゴールを提示されればユーザーは否応なしに〝完成図〟を想像する。こうなるとユーザーの独創性が割り込む余地は限られてくる。そこから先にあるのは、完成図へと続くレールをひたすら「消費」していくだけの作業である。このときユーザーはもはや神でも何でもなく、制作者の意図に沿ってゲームを進める、単なる行使者に過ぎない。こうしたユーザーの立場の変化も、スケールの縮小に拍車をかけている。

つまるところ、これは『ドシン』ではなく、『ドシン』を模して作られたまったく別の箱庭育成SLGである。そう考えれば、そこそこ遊べる作品だ。しかし、それでいいのかと聞かれて素直にハイと答えてあげるほど、僕は『ドシン1』を過小評価してはいないのだ。願わくば、『ドシン1』が偶然の産物でなかったことをただ祈りたい。

PROFILE
池谷 勇人（いけや・はやと）
ゴールデンウイーク進行を前に直属の上司が緊急入院。押し寄せる仕事の波に飲まれてもはや沈没寸前ですが、なんとかいろんな人の足を引っ張りながら生きながらえてます。この場を借りて、すいません。

関連作品
マリオアーティスト ペイントスタジオ（ETC）
メーカー：任天堂／機種：64DD／
価格：　／発売日：
『ドシン1』も含めて、64DDにはコンストラクションツール系のソフトが多かった。HDD搭載が当たり前になりつつある昨今、GCにこそHDDを搭載して欲しいと思うのは僕だけ？

ゲーム批評にひとこと　BLGとエンターブレインで、いろんな意味でシゲキテキでした。（神奈川県　ターミネーター）

ゼノサーガ エピソード1 力への意志 6

ジャンル：RPG／メーカー：ナムコ／
機種：PS2／発売日：2002年2月28日／
価格：7,800円（プレミアボックス12,800円）

卯月鮎　プレイ時間：60時間

遥かな異世界から届く叙事詩は現在にいかなる影響を及ぼすか

『ゼノギアス』のスタッフが制作したSF大作RPG。今だからこそ問われる、シナリオ型RPGの方向性とは？

停滞した未来の中で SFが見せるビジョン

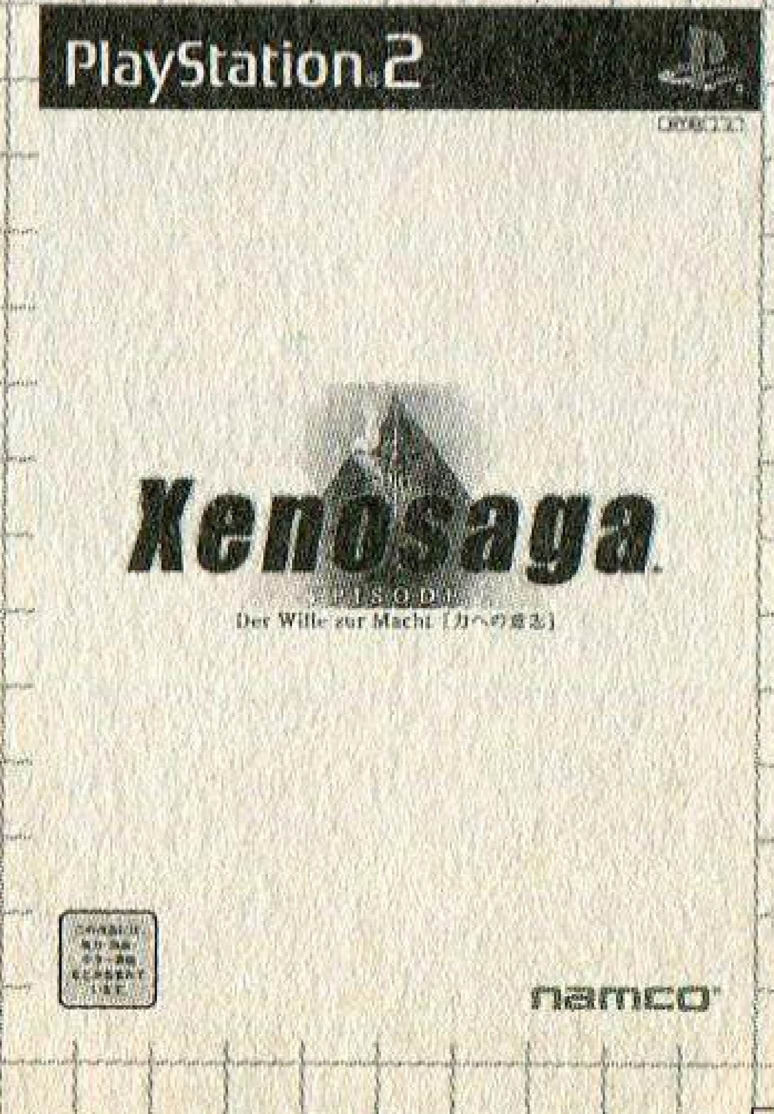
ライカ犬が空を飛び、アポロ11号が月に行き、SF本がバカ売れした、なんてのはずっと昔の話。最近、SFというジャンルはすっかり過去のものとして扱われ、ノスタルジーすら漂わせている。原因はさまざまな要素が複合しているのだろうが、科学に夢が持てないということもあるのかもしれない。たとえば宇宙に進出すること、クローン人間を作ること。そういったわかりやすい事績には、人類自らの手でストップがかけられている。ゆるやかに進歩しているロボットも、ネットワークが支配する社会では、人型である意義が見いだしにくい。もはや、「未来予想図」としてのSFは、これ以上の発展が難しい状況だ。あるとすれば、人間の存在がより希薄になるはずの未来において、やはり人間そのものに注目する、といった形だろうか。

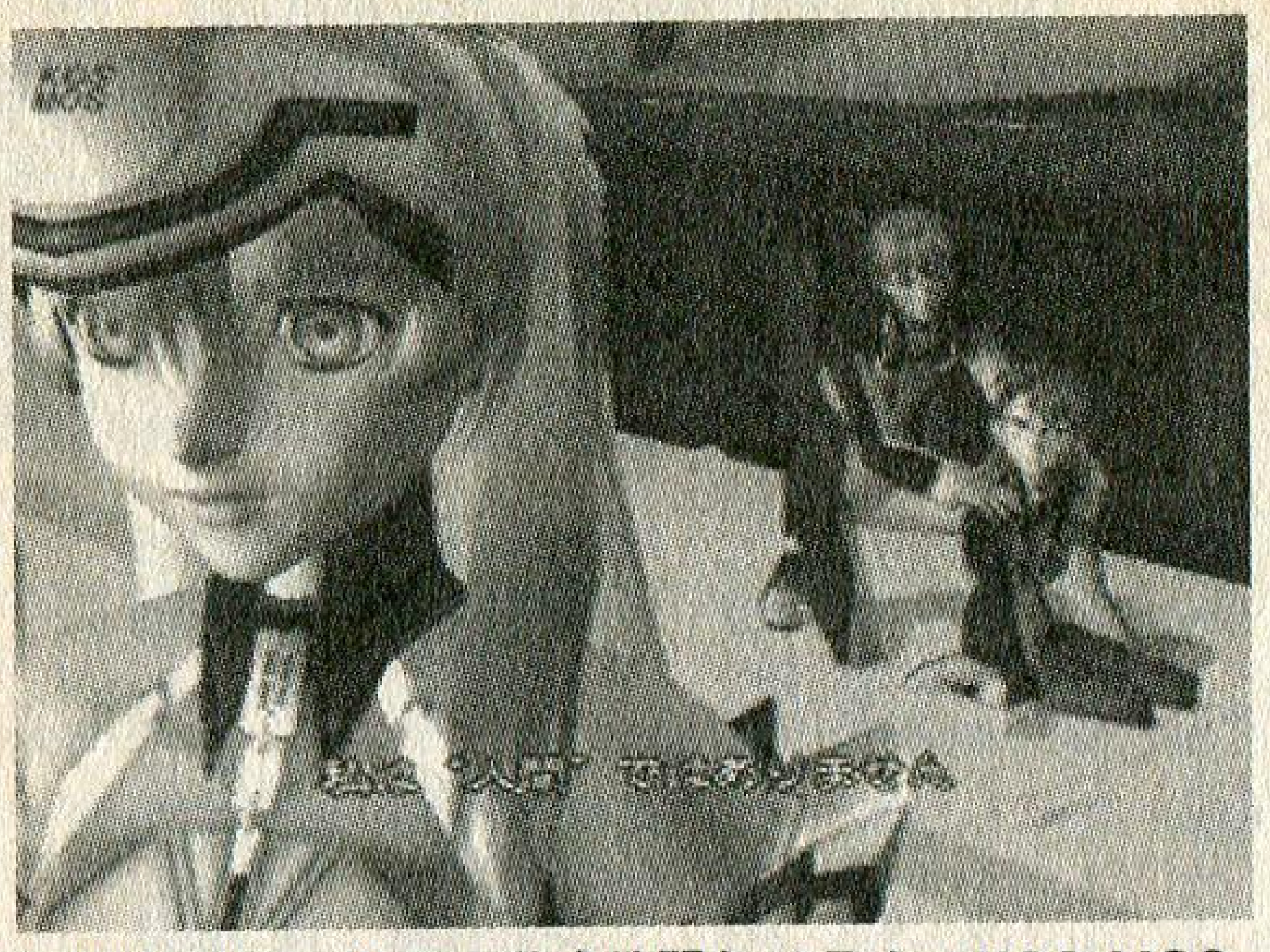
さて、『ゼノサーガ』はSFを題材にしたRPGである。それも、おとぎ話のような「スペースファンタジー」ではなく、一定の理論によって発展した未来社会を作中で構築して描く骨太な「サイエンスフィクション」のほうの。その上で、人間存在の本質に迫るという哲学的な命題をも内包している。

発売はナムコだが、開発は本作が第一作目となるモノリスソフトウェア。同社には、スクウェアで『ゼノギアス』を制作したスタッフが次回作を作るために独立した、という成立経緯がある。内省的なロボットアニメといった趣の『ゼノギアス』と比べると、多少幅が広がり、SF色を全面に打ち出したエンタテインメント作品になっている。だが、それでも独特の作風は変わらない。プレイ時間の中でもかなりの割合を占める美麗なムービー。そこで登場人物たちは、失われた過去について隠喩と象徴に満ちた会話を交わす。謎めいた独白、伏線が錯綜するこの感覚は直接的な続編でこそないが『ゼノギアス』のものに近い。

創造主と被造物 それぞれの苦悩

遥かな未来。地球を捨て、多くの星系に進出した人類は、連邦政府の統治のもとに繁栄を誇っていた。だが、「グノーシス」と呼ばれる未知の敵が出現したとき、状況は一変する。ひたすらに敵対行動を取るグノーシスは意志疎通が不能であり、撃退しようにも人類の持つ武器ではほとんど歯が立たない。主人公シオンは対グノーシス掃討兵器として、女性型アンドロイド・KOS-MOSを開発する。そのテスト中に、乗っていた宇宙戦艦がグノーシスに襲撃されるというトラブルが発生。シオン





論理と効率に従って動く戦闘システム・KOS-MOS。機械に心が宿るか否か、それも本作のテーマのひとつ。

とKOS-MOSは運命の歯車に巻き込まれていく。曰くありげな登場人物たちを仲間に加えながら、一行は物語のキーとなるらしきシオンの故郷へ向かう。

裏で進行している何らかの計画、徐々に明かされるKOS-MOSの秘密、シオンの意識に語りかける不思議な少女……数々の謎をはらみつつ、物語は進んでいく。

本作はサブタイトルの「エピソードI」からもわかるとおり、単独では完結していない。そのため、物語全体についての論評はしづらいが、今のところ主題のひとつとして、神と人、人とアンドロイドという、創造主と被造物の間に生まれる軋轢が提示されている。親子にも似た関係の間で生まれる絆、愛情、憎しみ。この心の起伏が、現在を揺らし未来を変えていく。

機械人形、サイボーグ、生体型合成人間、クローン……登場人物たちはどこかしら「作られたヒト」のモチーフを背負っている（ちなみに設定やセリフには、多種多様な過去のSF作品へのオマージュが散見される）。作中を通じて繰り返し問われる彼らの心の在り処。人間はあたかも心があるように振る舞う、が、心は人間だけのものなのか。その心は本物なのか。

人間の正体が暴かれつつある今、このテーマ設定は興味深い。エンディングを迎えても未だ「第一部完」といったところで、やや風呂敷を広げすぎているきらいもあるが、続編以降、どのように物語を閉じていくか、このあたりも含めて期待したい。

SF好きのための数少ないRPG

なお、本作は戦闘も独特のシステムを採用しているが、基本的にはシナリオに組み込まれている印象が強い。過去を語らないパーティメンバーが、必殺技のグラフィックによって本性の一端を垣間見せる、といった具合に、キャラクターの個性を立たせるために存在する。敵が固く、かなり手間がかかる点も、最終的にはキャラクターへの感情移入として還元される。戦闘はシナリオに奉仕していると捉えてもいいのではないか。

結局のところ、本作の柱はシナリオだ。ノリは重厚な海外SF。プレイする人間をかなり選ぶ。もちろん選別は作り手も本意ではないだろうし、「好きな人だけ楽しめればいい」と、端から開き直っていいものかは難しいところだが、たとえば本でも、ミステリだけしか読まないファン、時代小説のみを手に取る読者のためのジャンル小説もあるのだから、それはそれでかまわないと思う。こう考えると、堅苦しいイメージを払拭するために挿入されたとおぼしきミニゲームや戦闘中のかけ声はそぐわない気がする。どこか気恥ずかしさが漂う。

ともあれ本作は、ゲームがものいうメディア、表現ができるメディアであるということを雄弁に示したタイトルである。目下、ネットワークに接続して多人数でプレイする、いわゆる「ネットワークRPG」が脚光を浴びているが、このスタイルに光が集まれば集まるほど、テーマ性が際立つシナリオ型RPGもまた、その存在意義を増す。自分とは何か、人間とは何か、心とは何か。戦闘中や移動中に、哲学的なテーマがふと浮かぶ瞬間が訪れる。そういったことを考えるきっかけがゲームであったとしても、別にかまわないじゃないか。

PROFILE

卯月鮎（うづき・あゆ）

ライター。どうにかサイトは継続中。ちなみに『ゼノサーガ』は、『ハイペリオン』に限らず、誰が全容を理解できるのだろうというくらいSFの大ネタ小ネタ多し。久々に名作SFを読み返してみた。

関連作品

ハイペリオン

早川書房／94年（文庫版あり・以下続刊）

物理法則が通用しない怪物シュライクの元に向かう巡礼たちの物語から始まる、一大宇宙叙事詩（大部のハードカバー4冊）。方向性とテイストがどこかリンク。

ゲーム批評にひとこと

ゲーム批評読者って保守的な人が多いと思ってたんですが、意外とそうでもないんですね。裏表紙をみてそんなことを考えました。（高等遊民）

ガンヴァルキリー 7

ジャンル：A・STG／メーカー：セガ／
機種：Xbox／価格：6,800円／
発売日：2002年3月21日

多根清史　プレイ時間：20時間

日常の肉体感覚が効かない 苦痛と紙一重の快感

3Dアクション共通の基本動作を真っ向から否定。人は人であることを超越し、ナマのゲーム体験を受容できるか。

「標準化」の重力へのポジティブな抵抗

文明社会のものごと一般に働く、抗しがたいベクトルの一つに「標準化」がある。基本の部品はなるべく共通にして、他の製品への流用にもツブしが利くようにしましょう、という流れだ。これは大量生産・大量消費社会の必然、だのと高級なものいいもできるが、それは発明者なり技術者ら「上流」の一滴に過ぎない。世の中に広く伝わる思想とは、人間性の下世話なところをタップリ吸収すること、「現世利益」をネタにした宗教団体と、宗教の原点とのかけ離れっぷりを見てもわかる。別になーんも悪いことはなく、「心を救う」とは下世話なことなのだ。

「標準化」にしても戦場の銃弾（NATO弾など）なり工業製品のパーツといった「数の経済」や「そろえなきゃ死ぬ」必要に迫られた以外のそれには、「下世話」が底にある。近年、ゲーム開発をレベルデザインの構成やデータの生産性といった「平板な数量」に還元しようとする研究者方面の動きがあり、それはおそらく正しい方向だ。しかし、「正しさ」の裏にひそむ、各国の「下世話」の違いについて、少し洞察が足りないという不満はおぼえる。

まず、日本におけるゲームの「標準化」とは、「アイディアの飛躍」を切り捨て、車の最新モデルよろしくマイナーチェンジの連続を敷き詰めて売上の安定を求める「腰の引けかた」とイコールだろう。CGの美しさや動きのリアルさなど「量的なもの」がはん濫する豊かさの裏には、「数字で表現できないもの」の貧困が索漠と広がっているのではないか。

そうした懐疑とか悲壮感が、アメリカではちっとも漂っていない。海外ゲーム市場のめざましい成長それ自体が、いわゆる「洋ゲー」のFPS（一人称視点シューティング）やRTS（リアルタイムシミュレーション）への「標準化」を陽気に肯定しているのだ。

国内ゲームの流れから見れば、『DOOM』や『Quake』から噴出した「似たようなドンパチもの」の洪水に、よくアメリカ人が飽き飽きしないよなと不思議に思える。安易な一般化は危険だが、この日米の差は「なぜアメリカのペーパーバック（小説）はやたらと分厚いのか」との問いに、意外と答が求められそうだ。

乱暴にまとめると、向こうでは「マニュアル主義」が歓迎され、「小さい鯛焼きよりデカい鯛焼きを作った奴のほうがエライ」みたいに、同じ金型を使ってもボリュームたっぷりに「作る」ほうが認められる。日本はちょうど逆で、小さくても他人と違ったものを「創る」人が評価を受けやすい。

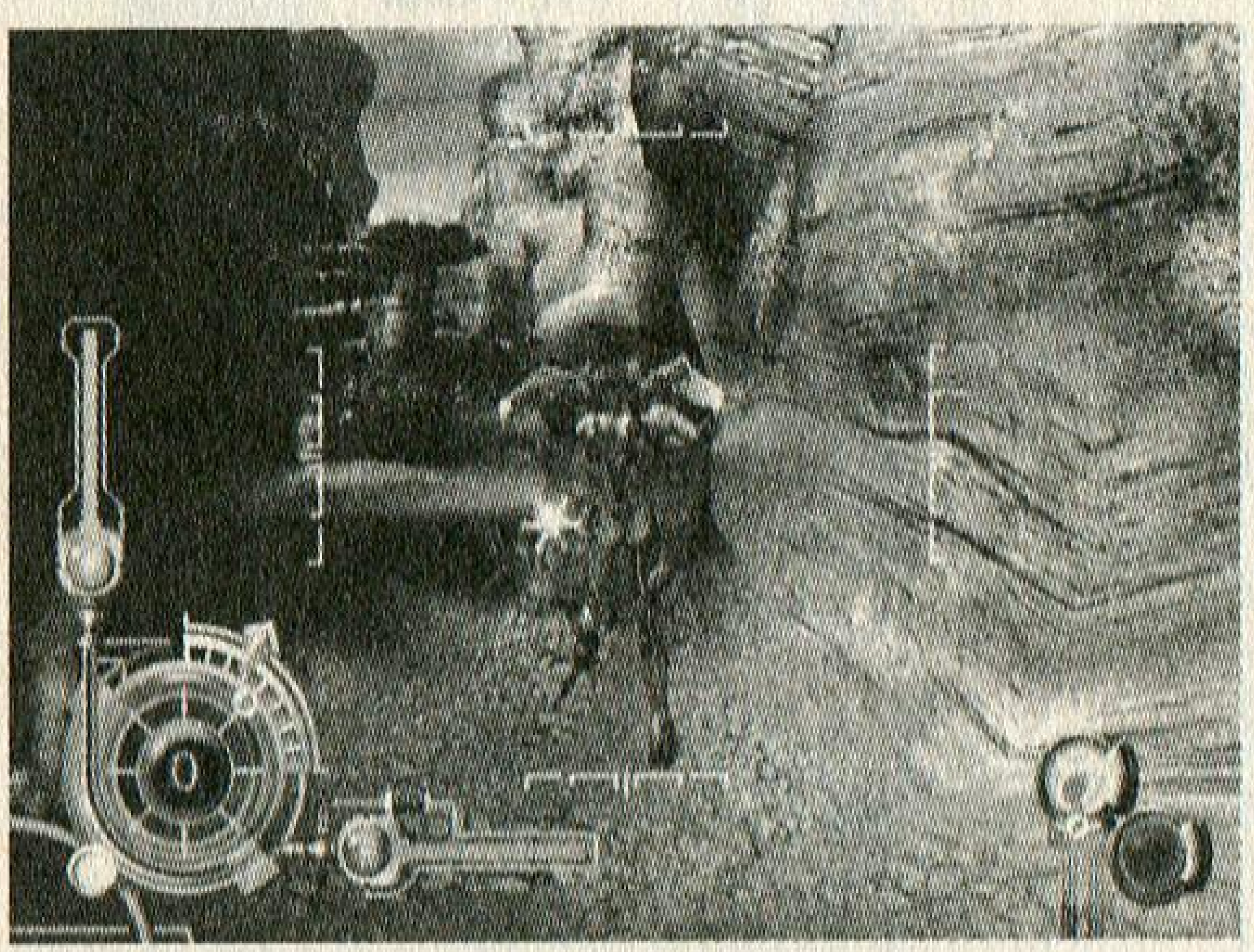


しかし皮肉なことに、日米のメンタリティの差は、「標準化」の波に吸収され、かくして「数字」が一人歩きするありさまとなった。『ガンヴァルキリー』は、そうした「標準化」の重力を振り切る、攻撃的な回答のように思えてならないのだ。

ゲーム進化のボトルネックは「人間」

本作のスタイルは、一見はFPSと同じぐらい「標準化」された、主人公を後ろから見た3人称3Dアクションである。この文脈では『スーパーマリオ64』から『トゥームレイダー』シリーズまで、完成度の違いはあるにせよ、「地面からジャンプして放物線を描く」という基本は守られてきた。2段ジャンプや「つかむ」などの追加ギミックも、やはり「現実に人間が行える行動」をなぞり、あるいは延長上にあるアクションだ。これらは「アスレチックゲーム」と呼べるもので、僕らの住む世界ではありえない空中ブロックなどの足場を多くもうけ、人間たちが一生眠らせたままの「筋肉の可能性」を、仮想空間の中で引っ張り出している。日常の肉体感覚を手がかりにしたおかげで、広く受け入れられる一般性を得た「標準」と言える。

しかし、『ガンヴァルキリー』の移動システムである「ブーストアクション」は、そうした取っ付きやすさを木っ端みじんに粉砕している。このゲームに単なる「ジャンプ」は存在せず、すべてがブースト=背中のバーニアを噴射した、一直線の移動だ。地面をベタ足で歩いている時のみ「現実との接点」があり、いったん空中に飛び上がれば、いやおうなく異質な「直線空間」に放り込まれるわけだ。


本作品のみで通用する肉体感覚をつかむことができるかどうか。ある意味でプレイヤーへの挑戦だ。

インターフェースの「標準化」はユーザーにとって、現実とゲームとの感覚的な開きを埋める「二つの世界の橋渡し」役を果たしている。触覚や嗅覚を含めた五感とくらべ、わずかに視覚と聴覚の2つしか動員できないハンデを補うべく、他のゲームの「慣れ」を借りて、どうにか間口を広げたのが3Dアクションの歴史なのだ。

それをスッパリと断ち切り、独自の「ブーストアクション」を骨子に持ってきた本作は、ゲームをふたたび原始の「ナマの体験」に戻している。チュートリアルもなく、イージー設定もありはしない。その殺伐たる孤独こそ「世界」である、と「標準化」への反逆をそそり立てている。

だから、このゲームは「心の強さ」を要求する。プレイヤーは、わずかに「連続3回までブースト可能=地形の高さが、3段階に区切られている」ことを手がかりに、脳内で空間感覚をゼロから築き上げなければならない。平たく言うと、脳いっ血で歩けなくなった人のリハビリに近い。

その努力が実ったときは、まさに「もう一つの体」を得た、圧倒的な快感に酔いしれられる。形あるエネミーはものの数ではなく、本当に制覇すべき相手は「ゲーム世界丸ごと」だ。しかし、このアプローチは大多数の人には、おそらく苦痛と紙一重だろう。ゲームが「標準化」を外れ、進化の道を歩もうとすると、もっとも立ち遅れた「人間という部品」がボトルネックになることに気付く。そして「人はニュータイプになれないのか……」と困った気分に浸れるのである。

PROFILE
多根清史（たね・きよし）
フリーライター。5月下旬に、かつてのゲームセンターを振り返る本『超アーケード』（太田出版）を出します！ 去年から今年にかけて、色々と"節目"となる出来事が起こりましたね……と遠い目に。

関連作品
罪と罰 ～地球の継承者～（A・STG）
メーカー：任天堂／機種：N64／価格：5,800円／発売日：2000年11月21日
片手でキャラクターを片手でガンサイトを同時に操作するという非常にクセのある作品。だが、それだけにコアなファンも多い。

ゲーム批評にひとこと　今号の特集の「げっ！」ってなんですかぁー!! 失礼な!!（大笑）。（兵庫県　Jon）

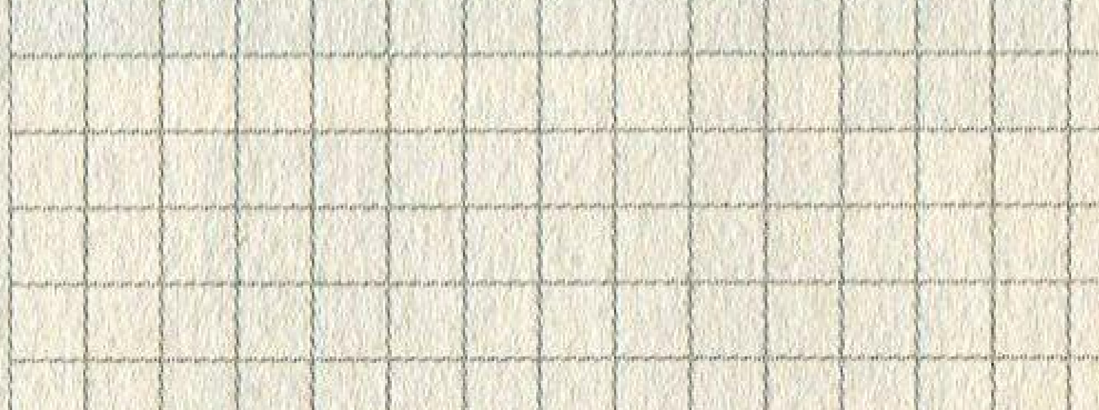
シャイニング・ソウル　8

ジャンル：コミュニケーションRPG／メーカー：セガ／機種：GBA／価格：5,800円／発売日2002年3月28日

米光一成　プレイ時間：30時間

空き缶を使ってどう遊ぶかはぼくたちにまかされている。

魅力はケーブルでつながった輪の中心に隠されているのではない。ボクたちの関係性そのものが、楽しさへと変換されるのだ。



相互接続された端末の集合的な存在

コンピュータに関する未来予測で根源的に大きくハズしちゃったのは、中央集権的なスタイルにならなかったということだろう。

昔のSF漫画を読んでいると、たびたびあらわれるのは、マザーと呼ばれる巨大なコンピュータだ。マザーコンピュータは、全世界のコンピュータを統合、操作し、人間すらも支配しようと企む。んで、主人公とマザーコンピュータ操るロボット軍団との壮絶な争いが……とまぁここまでコテコテじゃないにしても、統治する巨大コンピュータというビジョンは無数に存在した。

だがコンピュータのスタイルは、相互接続された端末の集合的な存在へと進んできた。それぞれの端末が中心であり、中心が端末である世界。デッドエンドセンターな意識。こんなスタイルを予見した人は少なかった。だれも、そういった思考方法に慣れていなかったからだ。中央集権的な意識に我々は支配されていた。

複雑で混沌とした事象は、巨大なパワーを持つ者によって中央集権的に管理されなければならないといった先入観は、徐々に滅びつつある。

我々は、それぞれが端末であると同時に中心でもあるのだ。

ネットは広大だ。

多人数で遊ぶ楽しさは、大きい。

おそらく今年は、家庭用ゲーム機にとって、ネットワークゲーム拡大期になるチャンスの年だろう。Xboxの登場や、『FFXI』、『みんなのGOLF』、『バイオハザード』、『信長の野望』といった数々のネットワークゲームの登場によって、家庭用ゲーム機にも、ネットワークゲームが浸透するかもしれない。

とはいえ、まだまだ敷居は高い。いくらかかるんだ？　といった金銭的なハードルもあるが、そもそも家庭用ゲーム機に周辺機器つけるのって、なんかめんどーだったりするし。

マルチプレイのための「ない」感覚

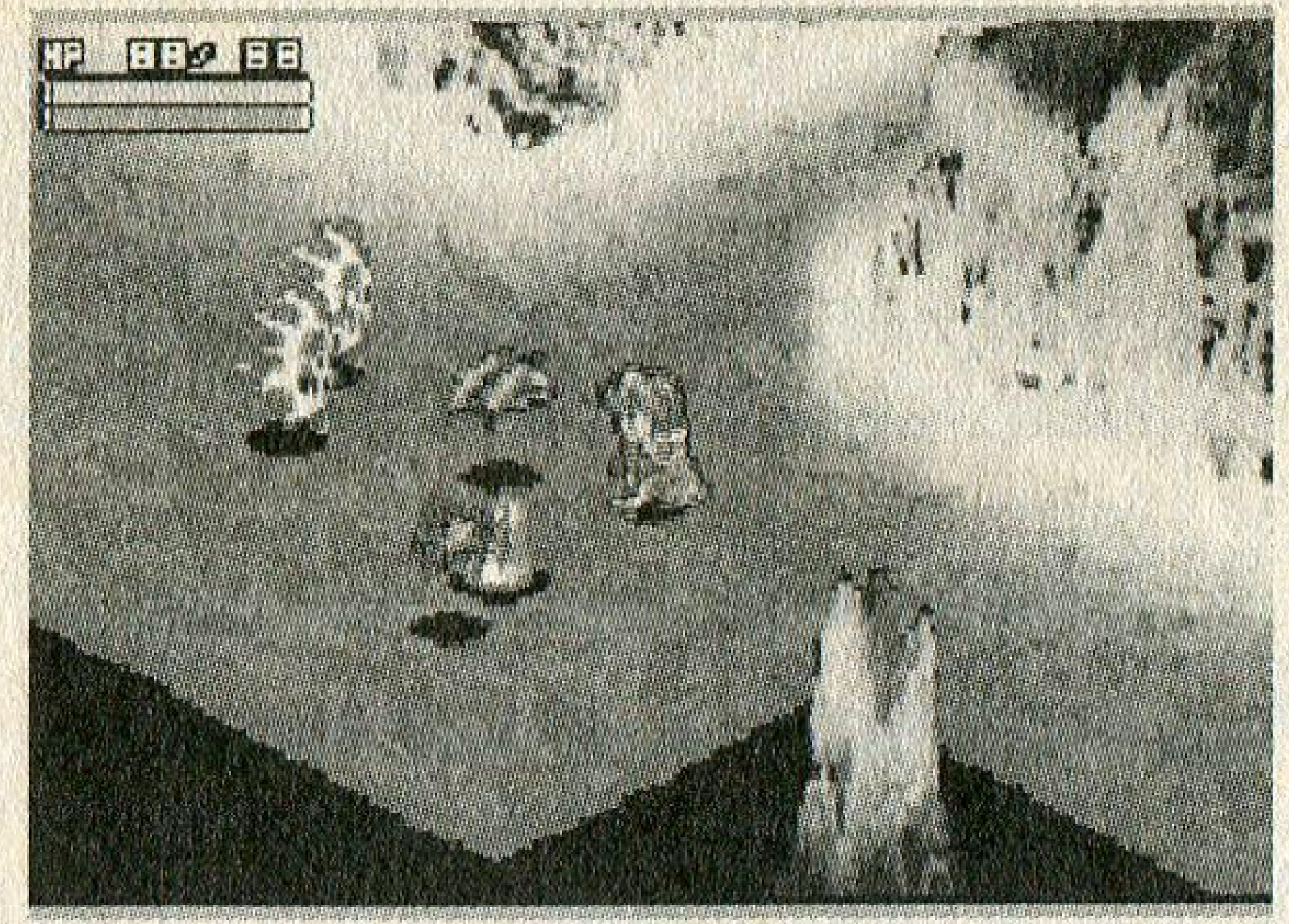
前置きが長くなった。

『シャイニング・ソウル』である。『シャイニング・フォース』からの連想で、シミュレーションRPGを想像していたのだが、違った。アクションRPGだった。

ダンジョンへ進み、わいてくる敵を倒す。次のフロアへの階段が現れる、それで次の階へ。ダンジョンの最深部にいるボスを倒すとクリア。次のダンジョンへ進む。

戦闘。基本的にAボタンをバシバシ連打（タメあり）。

成長の仕方。モンスターを倒すと経験値が手に入り、これが一定


これといった斬新さない点がボクたちを結びつける。周りに本作を持っている友達がいれば、だけど。

値に達するとレベルアップ。ステータスポイントを振り分けてキャラクタを成長させる。

と、まぁ一何もかもが、オーソドックス&シンプル。

一番の特徴は、通信ケーブルを使って、最大4人まで一緒にダンジョンにもぐることができるということだ。アイテムを交換したり、死んだ相手を復活アイテムで助けたり、そういった相互協力でダンジョンにもぐることができる。

言ってしまおう。「どんなゲーム?」と聞かれたら、ほとんどの人が「GBAで遊べる『ディアブロ』」と答えるだろう。

そんなゲームです。

操作感OK、グラフィックスは綺麗、キャラクタアニメも良くできている、システムもわかりやすい、全体的に良い出来だ。けっこうずるずると長く飽きずに遊べたりする。梱包材のプチプチをえんえんと潰している感じ。

プチプチプチプチプチプチ、なんだかこープチプチプチプチと遊んじゃう、嫌いじゃないよ、でも梱包材をプチプチするの大好きです、と声を大にして言うのもなんだし、あればついついやっちゃう感じなんだけども。

なんか、おおおこれは凄いというところがない。やー新しいとか、斬新だとか、深いとか、そういった感動はない。

が、この「ない」感じは、マルチプレイを考えると、貴重かもしれない。意図的に「ない」感じにデザインされているのではないか。

公園の空き缶だ。

空き缶それ自体は楽しくも面白くもない。公園に落ちていても、ほとんどの人にとって意味のない存在だ。

だが友達が集まり、その空き缶で缶ケリを始めた瞬間から、それは意味をもってそこに存在する。鬼は、缶を守り、逃げている者は缶を蹴ろうと狙っている。缶というツールと、ルールで、ぼくたちは面白く遊ぶ。

端末の力学から生まれる楽しみにも似たもの

実際にマルチプレイもやってみた。ひとりでやるより楽しい。コンピュータネットワーク対戦とちがって、共にプレイしている相手が目の前にいて、その反応がダイレクトに見れるというのは大きい。

そして、凄いことに、「ない」感じは、マルチプレイしていても残る。『シャイニング・ソウル』というツールを使って、楽しく遊んでいるのは、ぼくたちだ。

それは、中央集権的なゲームとはまた違った楽しさ。多量に複製されたただ1つの存在であるゲームソフトと、多数の人間が個別に向き合い遊ぶという図式は、ゲームを中央集権としたスタイルだったのではないか、とも思えてくる。

それにひきかえ、『シャイニング・ソウル』で用意されているのはシステムとしては限りなく「ない」感覚に近づこうとしている舞台だ。その舞台で、相互接続されたぼくたちは、それぞれが端末であり、それぞれが主人公になる。

マルチプレイしている間、中心に存在するのは『シャイニング・ソウル』という空き缶だ。

空き缶を中心にして、ルールに従う関係性を紡ぐぼくたちという端末の力学から生まれる楽しさ。その楽しさと似たものを生み出すパワーが『シャイニング・ソウル』にはある。

さあて、これから どこへ行こうか。

PROFILE
米光一成（よねみつ・かずなり）
フリーのゲームデザイナー。ってても、なんだかいろいろやっている。毎週水曜日更新のhttp://www.Lv99.com/でゲームTシャツ。

関連作品
シャイニング・フォースⅢ シナリオ1 王都の巨神（SLG）
メーカー：セガ／機種：SS／価格：4,800円／発売日：'97年12月11日
『シャイニング・フォースⅡ』（MD）の正統進化版としてリリース。数ヶ月後に続いて発売された『同・シナリオ2』、『同・シナリオ3』へとデータを引き継ぐことが可能。

ゲーム批評にひとこと
まさかダメーズが復活するとは思いませんでした。このまま年一回でもいいから続けてくれませんか？（バニッシュモンスター）

ラクガキ王国

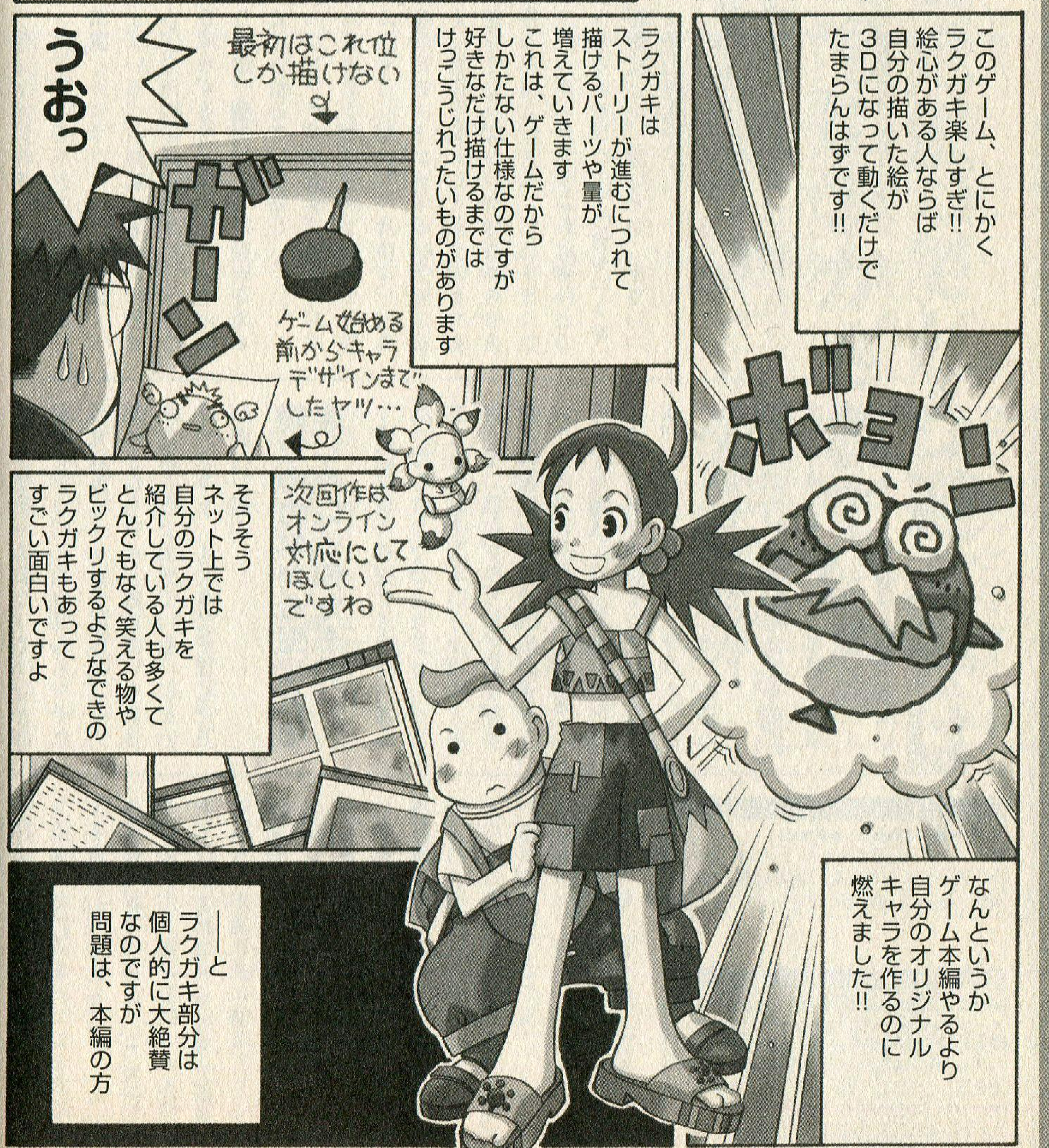
絵で見るゲームソフト批評

ジャンル：ラクガキRPG／
メーカー：タイトー／機種：PS2／
価格：6,800円／発売日：2002年3月20日

脳みそホエホエ　プレイ時間：10時間

ラクガキでバトル!!　子供時代に遊んでいたあの感覚がゲームで蘇る。まったく、スゴイ世の中になったものです。







脳みそホエホエ：まわりのみんながGBAの『FE』を買っている中、ひとり『ルナ』を買ったイラストレーター。最近パソコンを新しくしたおかげで原稿がCG彩色になりました。HPはhttp://www.ne.jp/asahi/hoe/hoe/

鉄拳4

絵で見るゲームソフト批評

ジャンル：格闘ACT／メーカー：ナムコ／
機種：PS2／価格6,800円／
発売日：2002年3月28日

猫式カトヤ　プレイ時間：16時間

3D格闘ゲームの中では、間違い無く一番“濃い”キャラクターを持つ『鉄拳』シリーズ。最新作の『鉄拳4』にはいかなるキャラが登場したのか!?

今回紹介させてもらうゲームはPS2版『鉄拳4』です。

鉄拳もついに4まで来ましたか～
昔PSで鉄拳１が出た時は大丈夫か～と、思ったンですが
やって見ると10連コンボやワンダフルメキシカンコンボとか
あってめちゃ遊んだ記憶があります。







猫式カトヤ（ねこしきかとや）：プチイラストレーター。関連作品は主にトレカをやっていますHPもあるので見に来てください。
http://www.din.or.jp/katoya/

式神の城

11

ジャンル：STG／メーカー：マイピック／
機種：Xbox／価格：5,800円／
発売日：2002年3月14日

RD　プレイ時間：10時間

いい意味でも、悪い意味でもキャラゲーではない、ならば求めるものはなんだったのか？

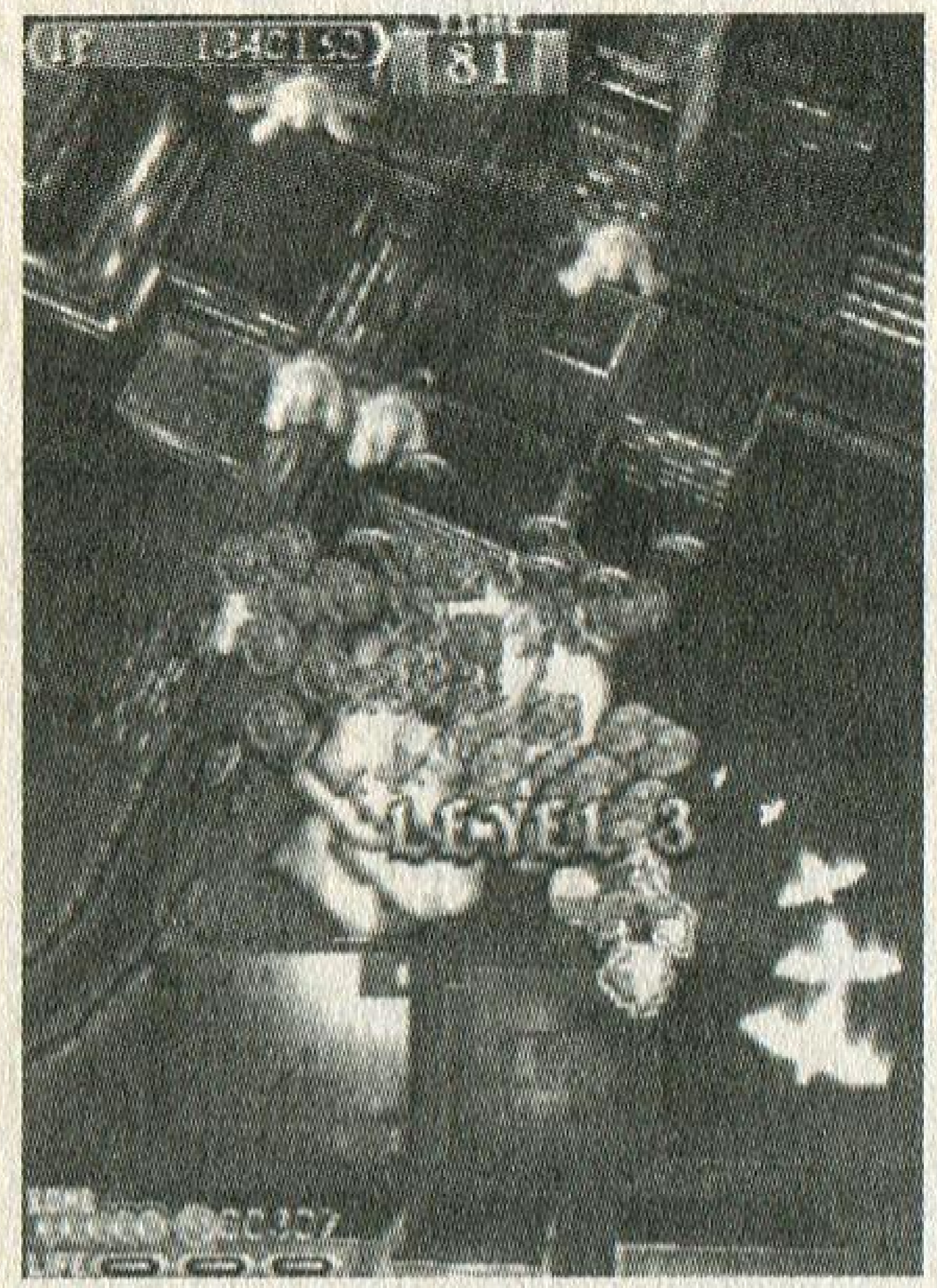
"マニア向け"そのベクトルは何処へ向かっているのか？ そして向かうべき方向はどこだったのか……

いい意味での裏切り

正直な話、『式神の城』がゲーセンに出回った当初は遊ぶ気になれなかった。『エスプレイド』の劣化コピーみたいな第一印象に加え、節操のない弾幕に速攻で殺されたせいだ。しょせんキャラゲーか、と勝手に納得してプレイしなくなってしまった。

はたして『式神の城』はキャラに頼ったキャラゲーなのか？

改めてＸｂｏｘ版をやり込んでみたら、本作が実にスリリングで緊張感のあるＳＴＧであることに気付いた。制限のつきまとう式神攻撃のリスクと、テンションボーナス狙いで敵弾に接近するリスクを背負うことによって、アイテムを何倍にも増やしていく。この二重のリスクが、刹那的な「ギリギリ感」を生み出している。



画面を埋め尽くすほどの弾が押し寄せる。ミスしないことを主体にしたプレイではパワーアップは望めない。

ただ、二重のリスクがあくまでスコア稼ぎのためのものならよかったのだが、自機のパワーアップと直結させたところに問題がある。リスクを背負えない下手なプレイヤーほどパワーアップできないなんて、とんでもない初心者殺しのシステムだ。『ガンパレードマーチ』（以下『ガンパレ』）から流れてきた人たちは、これをプレイしてどう思っただろう。

そしてもう一つ大きな問題がある。魅力的なキャラクターやストーリーを用意したにも関わらず、見せ方が彩京の『ガンバード』などとほとんど変わらないのだ。これでは既存のＳＴＧを上回る広がりなど期待できない。

ＳＴＧとしてのマニアックな楽しみはあるが、初心者に厳しく、キャラ要素はむしろ中途半端に薄い……。『式神の城』は、いい意味でも悪い意味でもキャラゲーではないのだ。ゲーセンではＳＴＧマニアとは違う客がついていたのに、今では見る影もない。Ｘｂｏｘ版が『ガンパレ』のように口コミで広まっているという話も聞かない。他ジャンルで名を馳せたアルファシステムだからこそ、たとえＳＴＧマニアには嫌われても、新しい客をつかめるような独創的なＳＴＧを出すのかと思ったが、既存の枠の中にとどまってしまったようだ。個人的には悪くないゲームだと思うが、ターゲットのあやふやさは否定できない。

PROFILE

RD（あーるでぃー）
PS２版にはキーコンフィグがついてるといいですね、などと思う刹那的フリーライター。『怒首領蜂大往生』と『頭文字D』に明け暮れる日々を夢見ながら、原稿書きに煮詰まる日々を送っているらしい。

関連作品

エスプレイド（STG）
メーカー：ケイブ／機種：AC／
発売年：1998年
キャラクターとゲーム性、音楽とが高レベルで見事に融合し、昇華された名作STG。いまだにコンシューマ移植を望む人も多い。

サカつく2002 J.LEAGUEプロサッカークラブをつくろう! 12

ジャンル：SLG／メーカー：セガ／
機種：PS2／価格：6800円／
発売日：2002年3月7日

北島雅孝　プレイ時間： 200時間以上

シリーズ最高のバグ数！メガネの前にやるべきこととは？

DCからPS2にハードを移したサカつく最新作は、新機能よりもバグの数が目立つトホホな出来だった。

あまりにも多いバグ（仕様？）

本作はセガサターンで発売された『J．LEAGUE　プロサッカークラブをつくろう！』（以後『サカつく』）シリーズの最新作である。いくつかの細かな変更点以外、基本的なシステムは全く同じ。PS2からの新規ユーザーを意識してか、シリーズの中でも難易度はかなり下げられており、ゲームそのものは非常にとっつきやすくなっている。

しかし、全体的にマイナーチェンジにとどまっている感は否めない。むしろ選手の動きなどのグラフィックレベルの低下などを考えると、改悪といってもいい。

中でもゲーム内に潜む数多くのバグが、ゲーム内世界のリアリティを台無しにしている。

サカつくがバグの多いゲームであることは、過去の作品をプレイしたユーザーなら誰でも知っていることだ。サイドラインの外を選手がドリブルしたり、絶対に獲得できない選手が存在したりするなど、ゲームを進める上では致命的ではないものの、その世界観を損なうバグがあったことは紛れもない事実。シリーズを重ねることによってこれらのバグは少しずつ減ってきていたのだが、今作ではそのバグが大幅に増えた。

ゲーム内で作成することができるエディット選手を留学に出すと顔が変わって帰ってきたり（整形手術しに行ったのか？）、9歳の選手や50歳を超える選手が登場したり、ほぼ無敵の8人制サッカーが存在したり……。SLGである以上、ゲーム内の世界観の確立は非常に重要な要素だ。サッカークラブを運営するというシステムである以上、リアリティのない世界ではその魅力は半減する。対戦主導だった過去のシリーズとは違い、今作では選手の冷凍保存や複数留学ができなくなった（『特大号2』からだが）ことを考えても、ゲーム内世界で完結するユーザーが増えたことは想像に難くない。ならばゲーム内で遊び倒すためのバグフィックスこそが本作には必要だったのではないだろうか。秘書にメガネをかけさせることよりも、発売前にバグの一つでも減らして欲しかったと思うのは筆者だけではあるまい。



試合を“見る”ことが苦痛になっていくことは大問題ではないか。

PROFILE

北島雅孝（きたじま・まさたか）
サッカーゲームの最高峰はWEシリーズと信じて疑わないフリーライター。とはいえ、サカつくのためにSSを買って、サカつくのためにDCを買って、サカつくのためにPS２を買ったサカつくジャンキーでもあります。

関連作品

ウイニングポストシリーズ（SLG）
メーカー：コーエー／機種：PS他／
価格：後送／発売日：後送
ゲーム内世界観の構築という点では、数あるシミュレーションゲームの中でもピカイチ。『ウイポ』シリーズに限らず、コーエーのゲームはこの点で優れたものが多いと思う。

東京魔人学園外法帖 13

ジャンル：RPG／メーカー：アスミック・エンターテイメント／機種：PS／価格：6,800円／発売日：2002年1月24日

吉田龍司　プレイ時間：40時間

待ち望んでいた青きジュブナイル 正しき「続編」のあり方

シリーズならではの良さはあった。だが、前作を越えてはいない……。そして何より、どこが〝学園〟なの？

待ちに待ったジュブナイル!?

「ジュブナイル」という言葉の定義は様々だと思う。少年の成長をつづったジュニア文学、ちとレトロな青春冒険ファンタジー、が一般的なところか。僕にとってのジュブナイルといえば、大昔にNHKで放送されていた「夕ばえ作戦」や「タイムトラベラー」といった少年ドラマシリーズ、良い意味でも悪い意味でも〝アオい〟世界だ。このトシになると無縁のまぶしすぎるおとぎ話である。その点、前作『剣風帖』は忘れられない優れたジュブナイルであった。

発売延期を乗り越え、待ちに待った続編『外法帖』の登場である。幕末動乱の嵐の中で現れた悪の集団「鬼頭衆」、そしてこれと戦う主人公たち。悩みながらも少年達は友情や正義に目覚めてゆく——いい！　アオい！　ジュブナイルの王道をまっしぐらに歩んでいる。



好評だった、AVGパートでのシステムも健在。キャラクターも前作を知っていればピンとくるはず。

前作に登場した京一、葵といったお馴染みの四人組も転生（前世？）して登場。テーマ曲は無論、音楽、システムもほぼ同じの作りだが、手抜きとは思わない。望んでいた形の『魔人学園』の続編であった。

だから不満を言えばキリがない。前作にあった戦闘時のアニメ廃止、なくてもよかった式神システム、気のせいかブスになった葵と小蒔、そして多くのバグ（これから購入する方は公式HPを参照）。何より問題なのは「どこが〝学園〟なのか」（笑）という一点である。

やっぱり、修学旅行での嬉しはずかしイベントや学校でのときめきラブストーリー、くにおくん的ヤンキーワールドなどにも『魔人学園』ならでは、の良さはあったと思うのだ。今回、食い足りない部分はこの辺りの〝アオさ〟だったと思う。個人的には、〝ジュブナイルとしての続編〟に誠実であろうとした、と理解しているが——ともかく作り手はキャラ一新での学園物再放送を採らなかった。

無論、何も焼き直しという手が全面的に悪いとは思わない。今作とて立派な焼き直し、四人組の学芸会との印象さえあるわけだし。

前作は越えられなかった。それでも『外法帖』は面白かった。あの四人組が出る『魔人学園』を作ろうとした制作側の意図は間違っていない。長い目で次作を待つ。

PROFILE

吉田龍司（よしだ・りゅうじ）

何でもライター。この春からフリーになりました。著書「今日からいっぱし！経済通」（日本経営協会総合研究所）、「株式相場欄で儲けよう」（エール出版社・共著）など。http://homepage3.nifty.com/dreamdragon/

関連作品

東京魔人学園剣風帖（AVG）

メーカー：アスミック・エース　エンタテインメント／機種：PS／価格：5,800円／発売日：'98年6月18日

プレイヤーへの選択肢を"感情"という要素で進めたAVGパートが特徴。喜怒哀楽で展開される物語は感情移入を増長させた。

すべてがFになる ～THE PERFECT INSIDER～ 14

ジャンル：AVG／メーカー：KID／機種：PS／価格：6,800円／発売日2002年3月28日

米光一成　プレイ時間：22時間

ミステリィ小説をあえてゲーム化するということ

原作の人気にあやかることだけがゲーム化する目的なのか？釈然としない製作者のスタンスがなによりもミステリィ。

本作は、森博嗣著のミステリィ小説を原作としたアドベンチャゲームである。

公式サイトには、驚くほどゲーム自体の説明はない。「森博嗣のミステリィ小説のゲーム化」が、最大にして唯一のセールスポイントであるようだ。ファンアイテムのひとつと考えればよいのだろう。

そのためか、システムはごく一般的なもの。画面全体に表示される背景にキャラクタの絵が重なる。下にはメッセージ表示。ときどき現れる選択肢を選択決定することによってストーリィが変化するというものだ。

ゲームの途中で部屋を探索できるようになり、操作したモノを深く記憶するかしないかによって展開が変わっていくというシステムもあるが、正直なところ、これによって新しい驚きや楽しみが増えたという程のものではない。

プレイヤは桐生渉というオリジナルキャラクタになる。何故このようなことをしたのだろう（まぁ、これも一般的な手法ではあるが）。そのために生じる変化、とくに本来なら犀川＆西之園2人きりの場面に、プレイヤである桐生が邪魔な感じで存在するのは興醒めだ。西之園を主人公にするのがよかったのではないか。

その点以外は、ほぼ原作に忠実である（選択によって違う展開になることもあるのだが）。選択肢の数も少ない。あっても、それがダイレクトに展開の変化につながってるわけではない。西之園さんの好感度の変化と、探索部分で何を記憶するかによって、違った終わり方に振り分けられるという感じである。

VRシーン（※）は、ゲーム化した時に最大の見せ場となる部分であろう。だが、期待が大きかった分、残念なクオリティだった。とはいえ、ファンとしては、犀川先生がビジュアル化され、西之園さんの喋りが聞けるのは、なかなか楽しい経験でもあった。そういった意味でのクオリティは高い。

原作の味を活かすためにどうすればよいのかを熟考せずに、凡庸な手法で良しとして製作されているのが問題なのだろう。さまざまな諸条件による結果かもしれないが、ファンアイテムだからこの程度で良しというスタンスだとしたら、それは好きになれない。



ファンアイテムだと考えると、原作の読者が描いたイメージに近いものを提供しなければならないのだが。

PROFILE
米光一成（よねみつ・かずなり）
フリーのゲームデザイナー。っても、なんだかいろいろやっている。毎週水曜日更新のhttp://www.Lv99.com/でゲームTシャツ。

関連作品

赤川次郎　夜想曲（AVG）
メーカー：バックインソフト／機種：PS／価格：5,800円／発売日：'98年7月16日
主人公（＝プレイヤー）の性別設定からエンディングまで、ルートが多岐に渡り用意されているサウンドノベル。赤川次郎著「殺人を呼んだ本－わたしの図書館－」が原作。

※VRシーン：登場人物たちがヴァーチャル・リアリティのカートを使って遊び、会話する場面がある。

初心者のために今号のソフト批評 復習

読みどころを総チェック!!

サクラ大戦4

セガサターン、ドリームキャストとセガのハードで人気をはくしていた『サクラ大戦』シリーズも一応の完結をみました。ドリームキャストで発売されたのは、ファンにとっては嬉しい限りですが、『サクラ大戦4』の内容はファンでしか楽しめない部分も多いゲームでした。

ゲームスタート時に問われる過去のシリーズのクリアデータの有無は、ユーザーからすれば振り分けられていると感じてしまう可能性だってあります。

さらに、今回の『サクラ大戦4』は作りこみの甘さも相俟って担当ライターの吉田氏は「最後の最後で作り手とユーザーの意識がすれ違った」としています。読者の方々は、作り手との意識のギャップをかんじたのでしょうか。サクラは美しく散ったのでしょうか？

鬼武者2

「愛と悲しみのバッサリ感」というキャッチフレーズが印象的だった『鬼武者2』。見事にミリオンを達成した本作ですが、如月氏のレビューではまず企業視点での続編作品の意味が語られています。なぜ続編なのか？　その疑問が解消できるかもしれません。また、後半部分ではゲームとしての『鬼武者2』を考察しています。アクションゲームなのにラジコン操作を強いられる矛盾やシナリオの問題点などに言及しています。

巨人のドシン

ゲームキューブの期待策として登場した『巨人のドシンGC』。ライターの池谷氏は、ゲームはプレイしているユーザーが情報の「消費者」であると同時に「生産者」である側面を提示したうえで、最近のゲームが「消費」が増大していると指摘します。その「消費」からの脱却を図ったN64版『ドシン』をプレイしたユーザーとしては今回のゲームキューブ版『巨人のドシン』対しては疑問を感じずにはいられないようです。

シャイニングソウル

家庭用ゲームがネットワーク対応する時代となった今、ゲームボーイアドバンスの通信対戦とはなんなのでしょう。『シャイニングソウル』を缶蹴りの〝空き缶〟に見たてることによってマルチプレイの現状を分析しています。

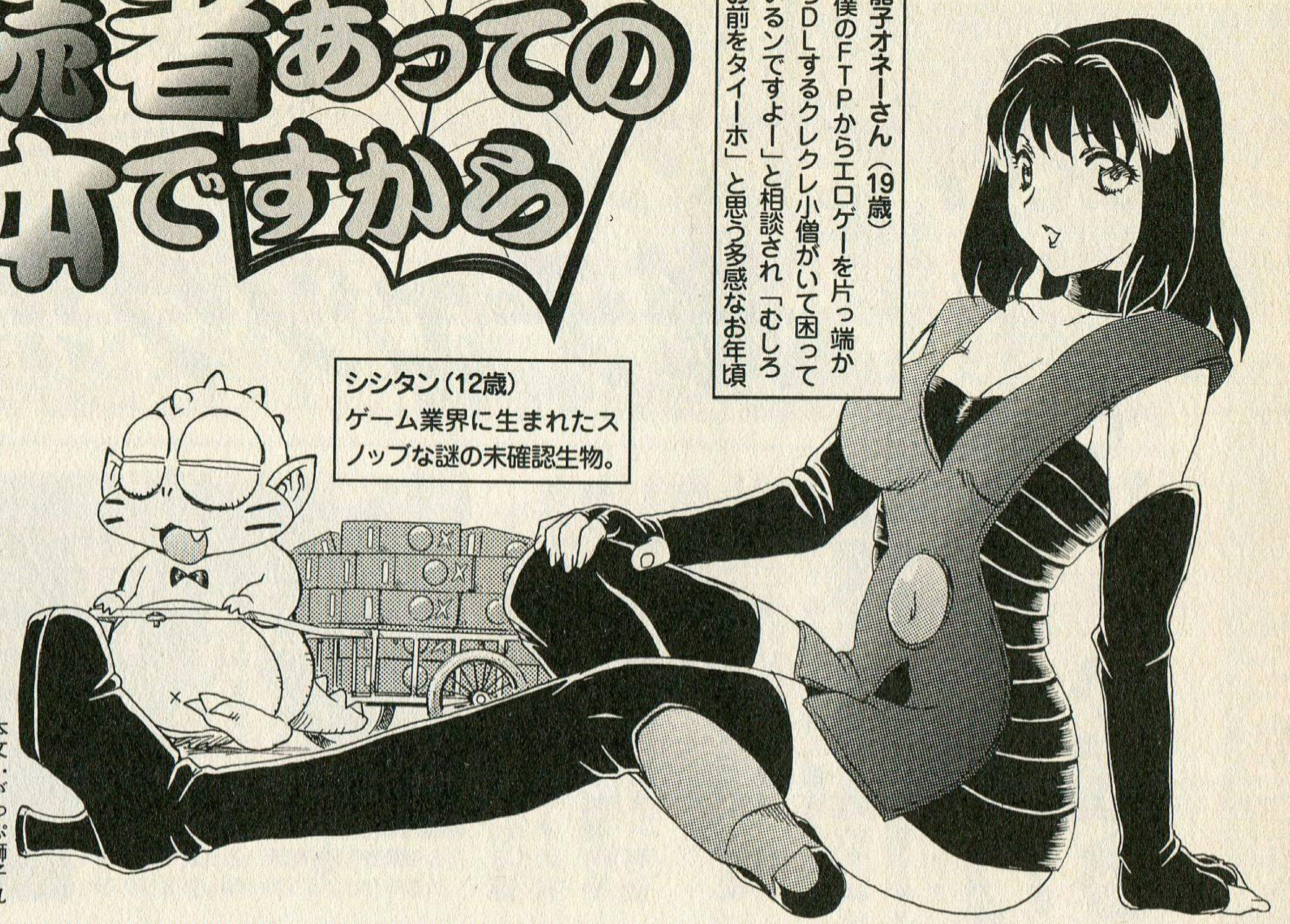
サカつく2002

ワールドカップイヤーということでも注目の集まった『サカつく2002』ですが、その出来としては誉められるものではなかったようです。進化しなかった試合シーンや数多くのバグなどなど。長く遊ぶシミュレーションだけに耐えられない部分です。秘書のメガネ姿に力をいれるくらいなら、他の〝ゲーム〟の部分にこそ気を配ってもらいたいものです。

読者あっての本ですから

龍子オネーさん（19歳）
「僕のFTPからエロゲーを片っ端からDLするクレクレ小僧がいて困っているンですよー」と相談され「むしろお前をタイーホ」と思う多感なお年頃

シシタン（12歳）
ゲーム業界に生まれたスノッブな謎の未確認生物。



本文：がっぷ獅子丸
イラスト：飛龍乱

皆サンちゃんと現実逃避してますか～？

○ドモドモ。『FFⅪ』の登場で、PS2もいよいよコンシューマネットワークゲーム時代に突入か？という感じになってきまシタが、インフラ導入の敷居の高さを押してどれだけユーザーが増えていくのか気になるトコロ。でもネットゲームが主流になったらなったで新たなトラブルも起きるカモ知れませんヨネ。

●ふう～ん、ト、いいますと？

○余りにもゲームにのめり込み過ぎて現実世界に帰って来なくなっちゃうヒトとか。なんか興奮して死んじゃったヒトや『エバークエスト離婚』ナンカでてきて、ネットゲー先進国アメリカの一部の州では、MMP型ゲーム禁止や規制する法案も動き始めているみたい。兎に角程ホドにやれって事ナンデスケド～。

●寧ろ分別がつかなくなるようなバカチンには一切の娯楽を制限するというシステムができないモンでしょうか？

○ド、ドノよーニ？

●ココは一つ、世界総統様にぜひ額と手の甲に666の刻印を押して戴いて、全人類をID管理してですね～……。

○ソネーさんソレ『ムー』。『ムー』の読み過ぎ…。ソレはソウと、前号の第1特集であるBLGの記事につきましては予想通り、見事なほど真っ二つに意見が分かれまシタ。何かと興味は尽きないモノの、特集のあり方含め不快感を訴える手紙が山ほど戴いちゃいまシタ、トホホ。

■前号の特集は読んでいて、なんだか疲れました。
（北海道　サクヤ此花）

■5月号のホモゲー特集のおかげで長年にわたる様々な疑問が氷解致しました。疑問の内容についてはさしひかえますが、ありがとうございました。
（東京都　西双版能）

■前号が男の子向けで、今号は女の子向けの特集ですね。もしかして40号記念企画か何かなのかコレ？

それにしても「げっ！」はナイと思うが、どうか。（高知県　糧満）
○「げっ！」に固執したのは小泉さんデス。
●怒りの矛先は彼に向けて下さい。

■南・土井・獅子丸の３人へ。同人誌を作っている人たちの殆どの本は採算ギリギリの値段で作っているのです。だから、本を値切るなど、同人誌をバカにした態度をとらないで下さい!!
（東京都　みーみーみー）
○指示を出したのは土井さんデス。
●怒りの矛先は彼に向けて下さい。

■読むのに少しためらいがあって最後にしてたＢＬＧ特集が予想外に面白かったです。多分、他の「ゲーム批評」読者の反発は大きいと思いますが。たまにはこんなのも良いですね。
（千葉県　カベジマイサム）

■『ＦＦＸ』特集以来、８ヶ月ぶりに買いました。相変わらずヘンケンを心に持った人たちの作る「特集」ですね。私はＢＬＧにもヤオイにもキョーミない人間ですが、内容にはとても悪意を感じます。ライターならともかく、編集者ならばまずすべてを冷静に受けとめ、第三者として公正にページを作るべきでは？　批評の基準があいまいなまま、えらそうに批評するのはもううんざりです。追記：言っときますけど私別にスクウェアＦＡＮじゃないですヨ。好きなのはＳＥＧＡ。（千葉県　たけぞう）
○雑誌編集の方からの手厳しいご指摘、マコトに有難う御座いマス。
●本誌以外でよく読む雑誌が「噂の真相」というというのはこの文章のオチでしょうか？

■ホモゲーには興味ないので、買おうかどうか正直悩みましたが、緊急特集が面白かったので買いました。「ファミ通」とゲームメーカーの関係も良く分かってためになりました。こういうのが一番好きです個人的に。業界事情というか……。（東京都　ごりくま）

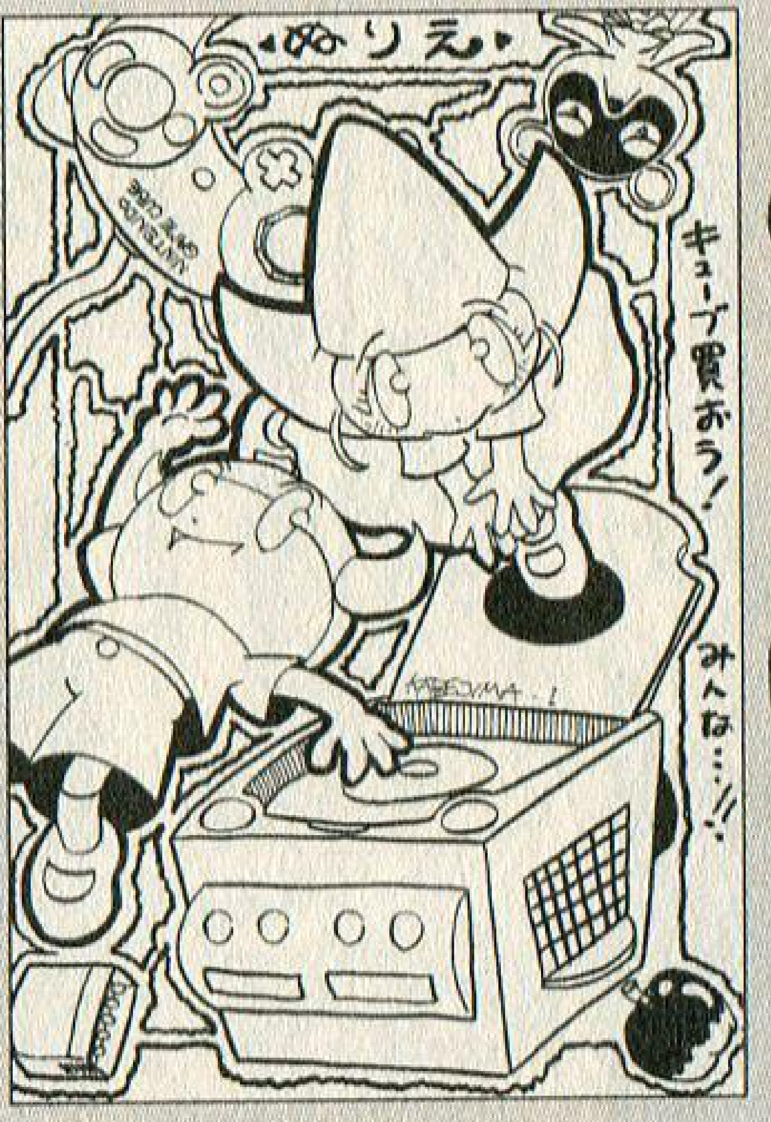


○このほか同様意見多数で、前号エンターブレイン特集がブッチギリの一番人気だったのがやはり「ゲーム批評」だよナとシシタン実感しまシタ。

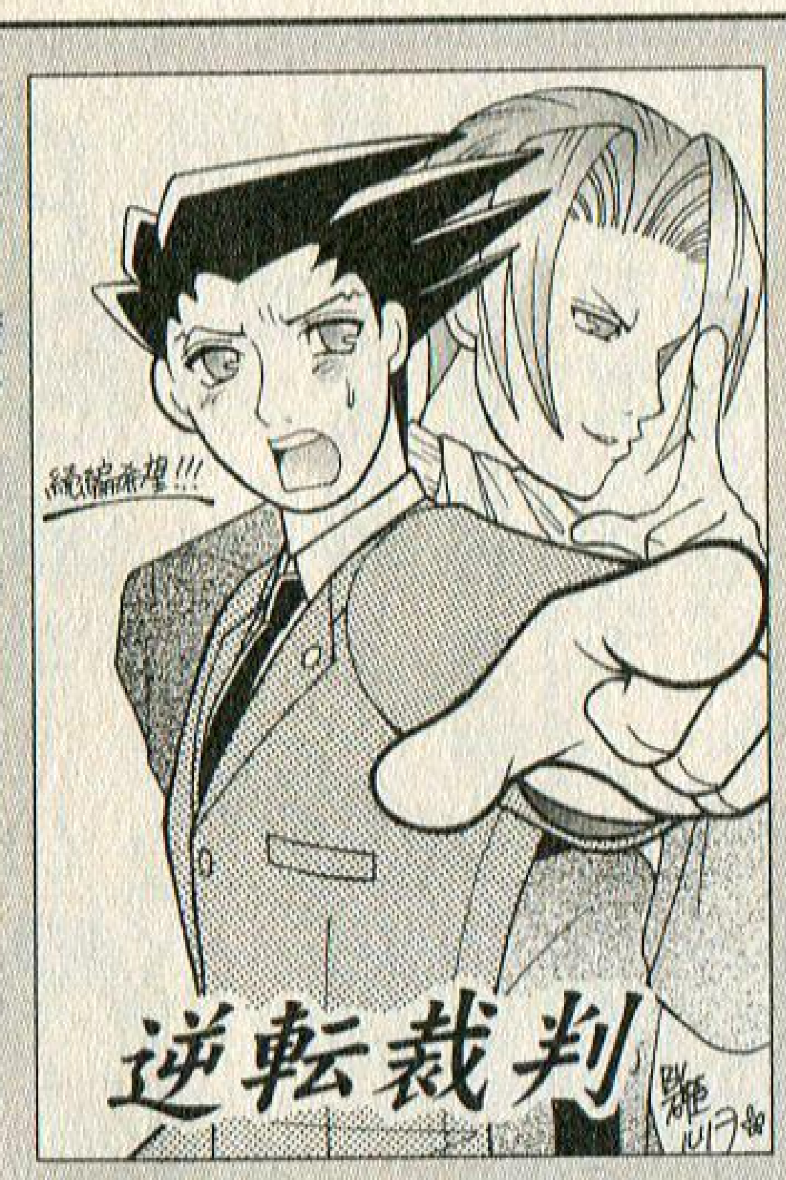
■フ～ン…貴誌は強欲山内の味方

読者イラストギャラリー

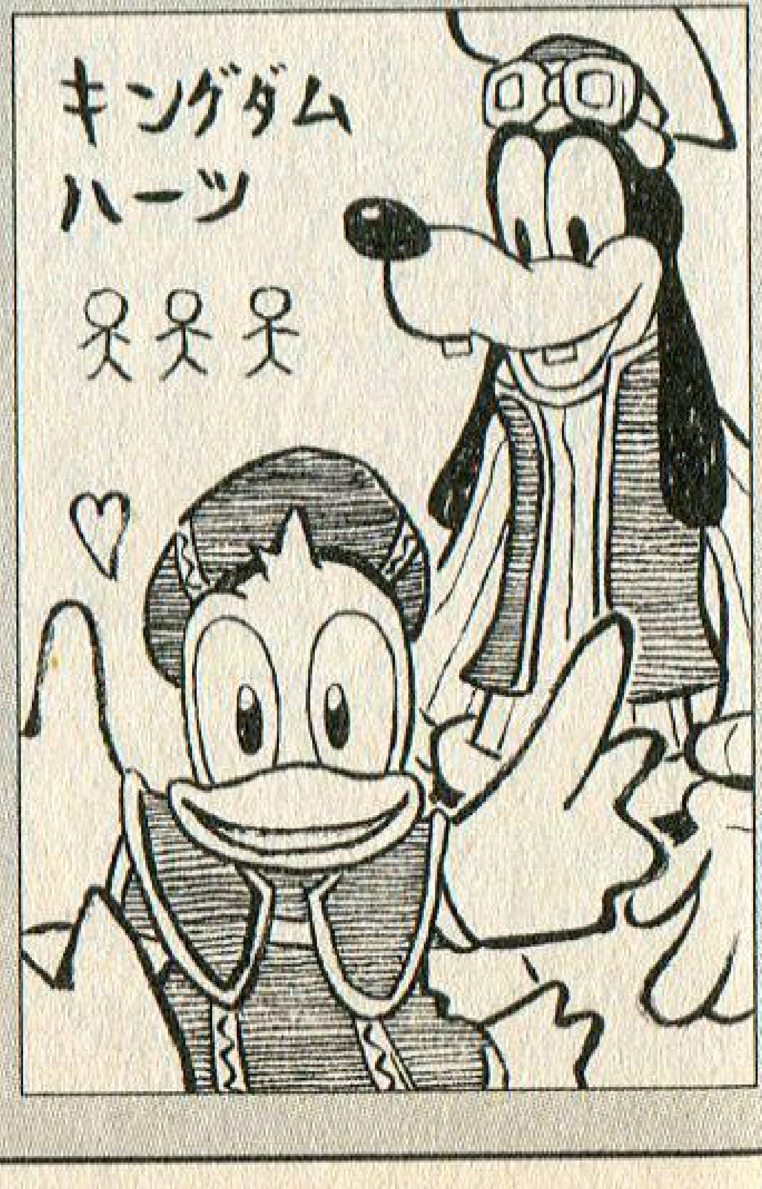
さぁ皆サン裸足の季節です。
青い珊瑚礁へくりだしましょう！



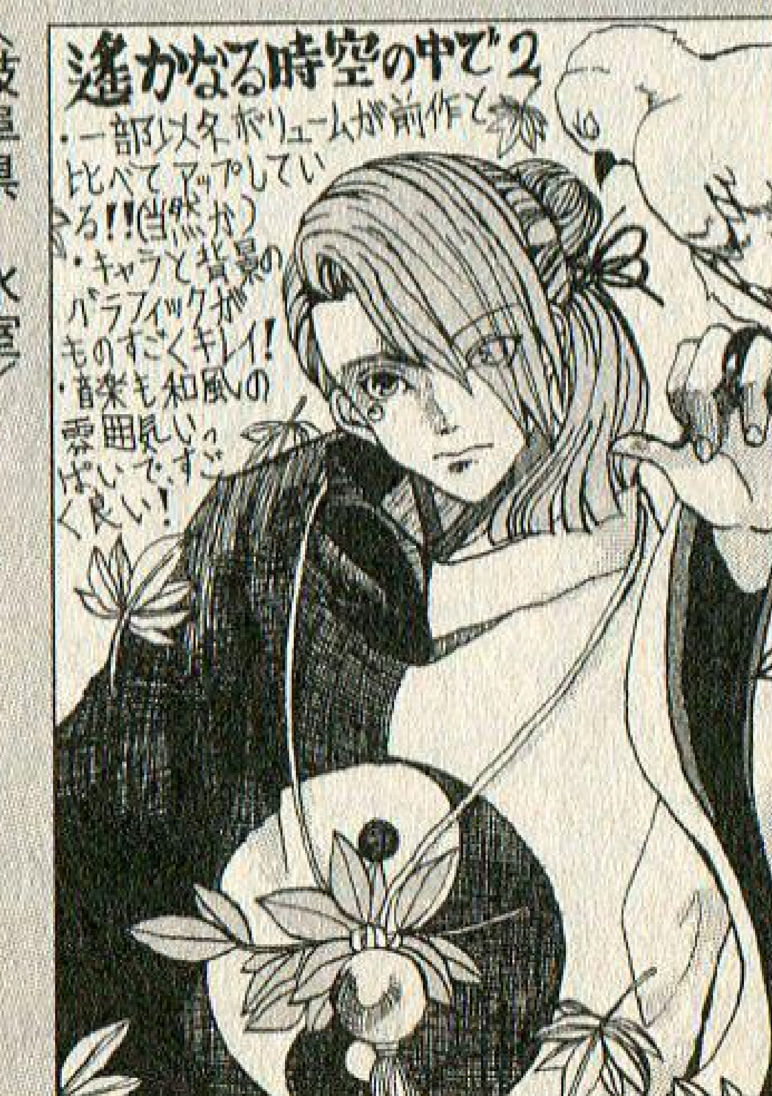
〈千葉県　ベッカム爺様〉
やはりマリオ・ゼルダ待ちのヒト多いんでしょうね。



〈長野県　礎ルリヲ〉
スーファミの移植ばかりではなく良質のオリジナルがもっと出てきて欲しいですね。



〈山梨県　アハハハ〉
後ろにいるゾンザイな3人はなんなんでしょうか？



〈岐阜県　氷室〉
流石コーエー様、ネオロマンスゲーム健在です。



〈群馬県　はたはた生活〉
ありがとうございます。

なんだぁ……。メジャー誌で解らない情報が解ったのは有難いですけど？　でも、これじゃ任天堂の思うツボってカンジ…。もう少し位は弱者に対しての目線を持ってもいいんじゃないかなあ？
（愛知県　TAプロトタイプ）

○世の中のトラブルの殆どの原因は情報伝達の不備デスヨネ。

■ファンドキューの第1回適用がよりによってスクウェアの子会社というのに驚きました。山内社長はずっとスクウェアを拒絶していた筈なのに、どういう心境の変化なのでしょう？　近々引退するらしいので寛容になったのですかね。
（茨城県　芸夢究部）

○むしろ拒絶された原因になったヒトが居なくなったからではないでしょうカ。

■個人的に「ブルーレイディスク」に注目してます。データ量がDVDの5倍！　ゲームに応用したらどうなるんだろう……。
（長崎県　桜田鉄幹）

○DVD3枚組みのゲームがでれば有難がるかも知れませんが……現状だと殆どのゲームは、無駄にレートの高いムービーと音声が入る位になっちゃうンでしょうカ？

■何かいいかげんヤバそうなのでオレもセッキョク的に参加するコトにしまス。
（埼玉県　ＨＹＵＭＡ）

●スマンね。

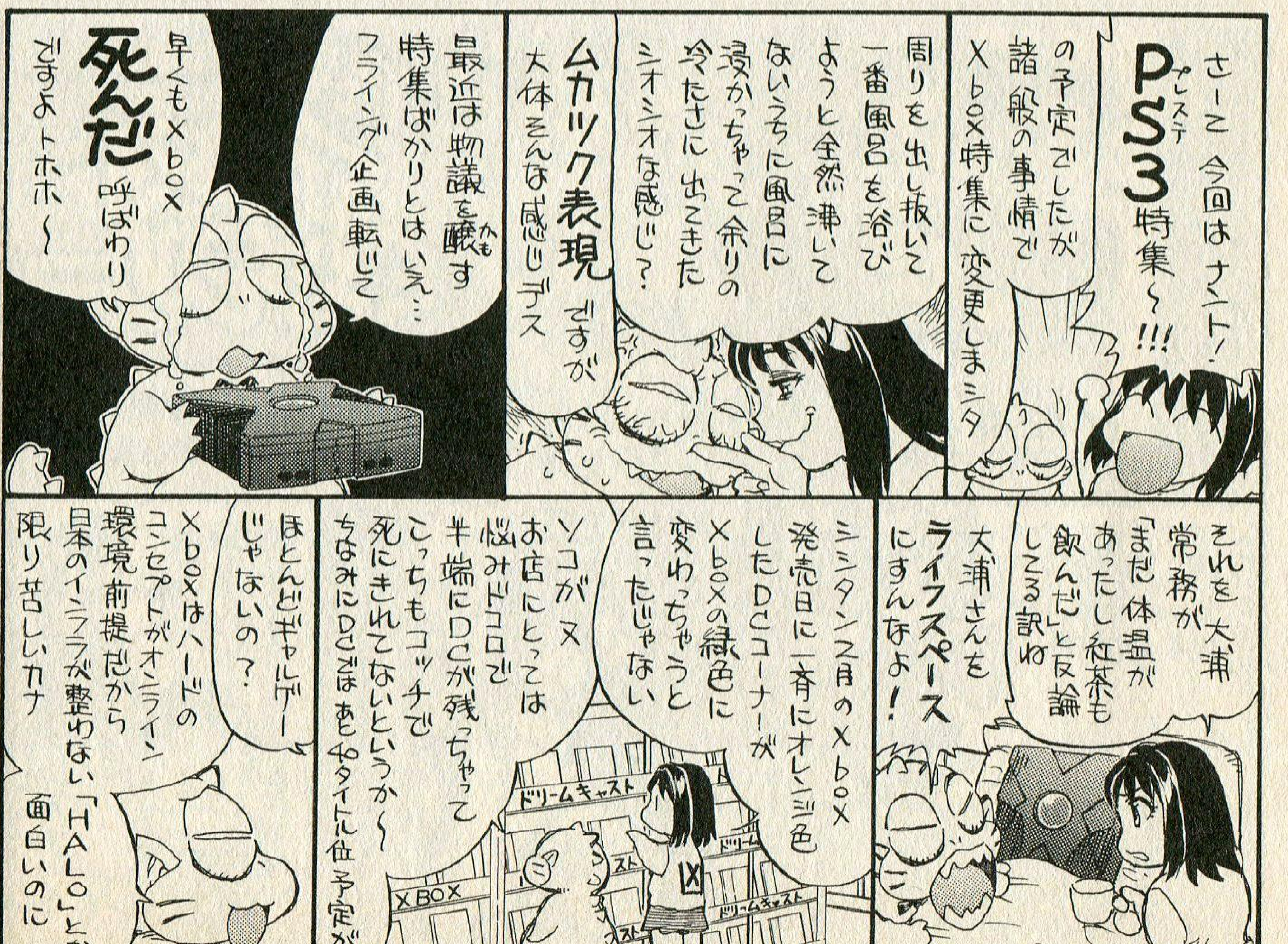
■花粉症には龍角散を鼻にツメツメすると効きますよ。
（千葉県　サヤえんどう）

●ホ、ホント？

■今号もカラーページ満載ですが、最後は華々しく散るということですか？
（愛知県　なるお）

■絵で見るソフト批評はドリマガのマンガと同レベルだ。特に『ミッシングパーツ』の批評なんて『動物番長』の批評を取り消してまでやる価値があるというのですか？　しかもカラーで2Pなんて資源の無駄使いだ。
（富山県　久々にナウシカを見た。良かった）

●というコメントの下に「80円切手がはってあるのは、50円切手が無かったからです。僕をバカだと思わな



いで下さい。」という個所で受けました。

■マイクロソフトをMSと略すのは辞めて欲しい。私にとってMS＝モビルスーツなのだから。

（千葉県　ラッキーマニア）

○そういえば米プロレス団体がWWFをめぐるドメイン紛争で自然保護団体に負けちゃいましタネ。

■最近、本の紙質が良くなってますね。貴社の企業努力というより、ただ単に紙代が安くなっているからですか？

（東京都　GEN太）

●アナタには『Snob小僧』という新たなペンネームを与えます。

■『FFXI』のようなネット「専用」ゲームは、サーバーが終了したら買ったソフトがゴミになってしまうので損だ！　と考えるのは貧乏性が過ぎますか？　さらにゲームの寿命をメーカーに握られるのは不愉快だ！　と思うのは心が狭すぎですか？

（茨城県　妖怪出魂）

○先日の最高裁で遂に中古ソフトの販売が容認されましたが、ネットワークゲームが主流になるとメーカーにとっては図らずも中古対策になりマスネ。

■①任天堂がスクウェア株をもっていると聞いたが……。

②セガが又、ハードを作っていると聞いたが……。

いずれも業界関係の人から聞いた話。

（熊本県　ネス）

●『噂の真相』の一行情報みたいですね。

■私事ですが、「カメラマン」と「ゲームラボ」の購読は休止させていただく事になりました。「ゲームラボ」は半年間購読し、プレゼントは2回も当選させていただき（ひとつは貴社の『イブリース』でしたが）、やはりゲーム改造やコピーというスタイルは私のゲーム活動の主旨に合わないということと、彼女ができて忙しくなる、という理由からです。

（山形県　武田　晋）

○ホントに私事デス。

●それを何故三才ブックスではなくこちらに報告する？



読者による批評のページ

Reader's Critique

祝！　ワールドカップ開催。
ゲーム業界もサッカーゲーム
量産体制モード発動中です！

予想が的中したか外れたは別として、Xboxが不調です。これにはさまざまな要因が関わっているとは思いますが、なにより日本市場に合わせられなかったことが最大の原因ではないのでしょうか

ゼノサーガ

このゲームを始めて数十分、「またか」と思った。「またか」という意味は、「またこんなムービー垂れ流しゲームを作りやがって」という意味の「またか」ではない。ムービーは個人的に非常に楽しめるからである。そうではなく、またしても「ムービー垂れ流しゲームは似非ゲーム」というお約束の批判（もしくは、そのかたちをとった中傷合戦）が始まるのか、というため息が出たのである。

『ゼノサーガ』は『FF』と張り合えるムービー多用ゲームである。それはいい。ムービーを多用することの是非を論じることは、過去の議論を敷衍するに過ぎぬ。だから、ムービー多用ゲームにアレルギーのない人がプレイすれば良い。

私はたまたまアレルギーのないクチであったに過ぎず、アレルギー持ちの人を否定する気は毛頭ない。

しかしその点を肯定したとして、その先の点に目を向けたとき——私はこのゲームに妙なひっかかりを感じるのである。

不思議な力を持った金色の巨大な板が宇宙を飛んでゆく——この光景を見ただけで、多くの人は「2001年宇宙の旅」の露骨なオマージュであることがわかるだろう。おまけに開発元の名称は「モノリスソフトウェア」である。意識していないと言うほうが無理だ。

しかしキューブリックのような「神」的存在はまだオマージュとして納得もいく。しかし宇宙船に謎の宇宙生物が攻めてくる、という話は容易に「トップをねらえ！」を思い起こさせる。レアリエンは「ブレード・ランナー」のレプリカントだ。綾波レイを思わせるアンドロイドもいる。このゲームの正体は「パクリゲー」である。

高橋哲哉がスクウェアを飛び出してまで作りたかったゲームの実体はパクリゲーでした、という現状はなにやらうそ寒い。あっと驚くゲームを作る余地のある金が動きながら、模倣品しか作れない。悲しいことだ……。

このように私は最初短絡的に考えたのだが、実のところこれは日本のお家芸ではないか、と考え直した。工業製品において優れた製品を発明するのはいつもアメリカだ。日本はそれを改良し良質な製品を提供しシェアを獲得してきた。それと同じことが、芸術的分野でも行われたのに過ぎぬ。実際これを「改良製品」として見つめたとき、その細部まで作りこまれた細やかさに驚かされる。どこかで見た気がするものばかりではあるが、個々の要素の完成度はきわめて高いのである。

結局のところ、このゲームは国際社会の縮図だ。だが本当の意味での基礎開発力をつけなければ日本のゲームに未来はない。

（東京都・佐藤悠矢）

模倣が創作のはじめの一歩となることは否めません。しかし、"売り物"である以上、模倣を超えるオリジナリティが必要なのも事実

投稿規定：1050字前後（15字×70行）の文章量で投稿してください。原稿テーマは自由です。掲載させていただく場合は、編集部で原稿の修正や文字量調整を行います。また、応募原稿は返却できません。以上のことをご理解のうえご応募ください。お願いします。

各コーナーへのお便り・投稿は
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7ヨドコウビル（株）マイクロデザイン『隔月刊ゲーム批評』編集部読者コーナー／RC係、または ghihyou@microgroup.co.jpまで。投稿の締め切りは7月1日です。

です。そう考えると、「『○○』に似てる」という一言だけで終わってしまうタイトルがあることは寂しい限りです。

Xboxにモノ申す!!

さる2月22日、遅れあそばせながらついについに発売されたゲーム業界の期待のルーキー、Xbox!! 3機種のなかではトップクラスの性能を誇り、ハードディスク、イーサネット標準装備でそれでいて3万4800円とはもはや〝買い〟以外なにものでもなく、非の打ちどころのない究極のゲームマシンの到来!! と少なくとも僕は思っていたのですが、世間ではネガティブな話題ばかりが飛び交っているようです。言わずと知れた〝傷問題〟に、「ゲーム批評」でもレビュアーの方々はいい印象を抱いているようですが、その他の記事ではひややかな話題が目に止まります。そして何より、購入したお店で、発売後一ヶ月も経たないうちに本体が2000円値下げされていたのがショックでした。

しかし、それはユーザーの保守的な動きだけではなく、メーカー側も、そのデカさはただの見掛け倒しかと思わせるような守りの姿勢に入っているように思えてなりません。

第一に〝傷問題〟。ソフトの取説に「傷や汚れをつけないで下さい」と書いてあるのにあまりにも対応の悪さ。この問題の論議が交わされているのはほぼネット上であり、雑誌などではほとんど情報が載せられておらず、一般ユーザーには何がどうなっているのかほとんど伝わっていません。また、Xboxのウリであるハードディスクも今のところほとんど(すべて?)のソフトがロード短縮機能に対応しておらず、残念ながら〝ハードの新時代の始まり〟を感じられず、もっとXboxの底力を見せつけてほしかったです。正直、今プレイしている『ジェットセットラジオフューチャー』でも時代遅れのようなロード時間の長さが気になります。また、強制リセット機能もありません。

そして何より、〝日本は重要な市場〟と言っておきながら、あまりにも日本未発売のタイトルが多すぎることです。僕がXboxに一番期待していたことは、いわゆる〝洋ゲー〟を日本に浸透させてくれることでした。最近のストーリー重視の大作指向のゲームに疲れているユーザーにとって、ロード時間がなくなり、ゲームの途中に余計なデモの入らない洋ゲーとは魅力的なジャンルになったはずです。しかし、今の日本のXboxのソフトラインナップを見ると、どうもPS2を意識した今時のゲームが多い気がしてなりません。そういった〝ダルイ〟ゲームはもう腐る程あるので、Xboxに求めるものは誰もがマイナーなゲームに熱くなれた'80年代の再来です。大作ものはPS2、子供向けはGCに任せて、Xboxはマニア向けの洋ゲーチックな純粋な〝ゲーム〟を提供するという自社のハードの役目をしっかりと自覚してもらいたいです。もちろん、日本で発売しても売れないだろうと計算した上でのことなのでしょうが、そう言った日本のゲーム業界の鎖国的な既成概念を崩すことが〝黒船〟の使命なのではないのでしょうか。

ハードの戦略の荒さが最悪の結果を招くことは、過去の事例を見ても明らかなことです。別の意味でマニアックなハードにならないよう、僕らXbox信者は何があってもどこまでもついていく覚悟はできているので、その期待を裏切らないよう「X」のロゴが2年後も5年後も現役であるように積極的にネット環境の早期配備やソフトの充実を徹底してください。

(メール投稿・上城仁貴)

Xboxの低調さについてはマイクロソフトのマーケティングに疑問を感じてなりません。傷問題の対応もしかり、なぜ日本であんなに大きなハードで出さなければいけなかったのか等など。さらに、『HALO』の発表会で『ストリートファイターII』の話題をだされても……。

バックナンバーのご案内

＜Vol.34＞2000年 8 月発行780円（税込）
■「なぜだ!?　ドリームキャスト」苦戦を強いられるDCに、今一度スポットを当てる●俺とセガゲー　四半世紀の愛憎　ゲーム批評ライターによるベスト＆ワースト 5 ■『劇空間プロ野球』版権闘争の真実　コナミは何を考えているのか？

＜Vol.35＞2000年10月発行780円（税込）
■「DQⅦ＆FFⅨ 物語ゲーム 進化の優劣」ドラクエ、FF──『過去、現在、未来』●がんばれボクらのジャレコ特集　今蘇る怪作の歴史!?　その真の姿を見よ！　■名越武芸帖スペシャル対談

＜Vol.36＞2001年 1 月発行780円（税込）
■「ソフト批評スペシャル　拡張版」●ゲーム批評ノンフィクション　ネットオークションのなくなる日■ゲームソフトのレンタルはゲーム業界の新たなステージとなりうるか？

＜Vol.37＞2001年3月発行780円（税込）
■「なぜ今、携帯ゲームなのか」　携帯ゲームって本当に好調なの？●君の武士魂はふるえているか　日本人の魂をゆさぶる和風ゲームの台頭■ガンパレード・マーチに「自由」はあったのか?

＜Vol.38＞2001年5月発行780円（税込）
■「愛がないキャラクターゲームなんて!!」キャラゲー原作者インタビュー！●検証！スポーツゲームの真髄『リベログランデ』は新たな扉を開くか■緊急特集DC撤退！どうなるセガ！

＜Vol.40＞2001年9月発行780円（税込）
■「ゲームの疑問を大追跡これが答えだ!?」ゲームソフトの原価に迫る　幻のゲームソフトの行方を追う！　●「SNK　偉大なる遺産」SNK（新日本企画）ゲームの系譜　SNKの側面　格闘ゲーム　飢狼伝説スペシャル

＜Vol.41＞2001年11月発行780円（税込）
■「FFⅩ批評対決!!」FFⅩを誉め倒す?!　否定派・肯定派ソフトレビュー　FFⅩ実はココが凄い！　●「●悪趣味ゲームライター晩餐会」がっぷ獅子丸VS.阿部広樹座談会

＜Vol.42＞2002年 1 月発行780円（税込み）



■孤独な王道!?　ゲームキューブ
特別対談　名越稔洋×岡本吉起
激走!!　フロム・ソフトウェア
Xboxのことも教えて本郷さん!!
●格闘ゲーム　新世紀へ
格闘ゲームの派閥争い
VF.NETはメリットだったのか

＜Vol.43＞2002年 3 月発行780円（税込み）



■なぜこんなに美しいのか？
そうだ、美容整形外科医に聞いてみよう
アイドル研究所が3DCG美女を斬る!!
●ソフト批評　スペシャル
『MGS2』『Rez』『ICO』など

＜Vol.44＞2002年 5 月発行780円（税込み）



■げっ！ ホモゲーを愛する女心って？
特濃！　ボーイズラブ ゲーム座談会
特別対談
「薔薇族」編集長×「B-GAME」発行者
●エンターブレインが犯した道義的大罪とは
ファミ通体制と任天堂とのパワーバランス

関連書籍

飯野賢治の本	'96年 9 月発行	764円(税込)
RESEARCH ON BIOHAZARD 2-final edition-	'98年 9 月発行	2520円(税込)
悪趣味ゲーム紀行	'98年12月発行	1260円(税込)
悪趣味ゲーム紀行 2	'01年11月発行	1260円(税込)
すごいエロゲー烈伝！	'98年12月発行	1029円(税込)
読者あっての本ですから 2	'99年 2 月発行	787円(税込)
仮面ライダー メイキング	'99年 5 月発行	3150円(税込)
読者あっての本ですから 3	2000年 3 月発行	787円(税込)
読者あっての本ですから 4	2000年12月発行	787円(税込)

ゲーム批評に広告を出そうという 勇気あるゲーム会社は存在しますか？

「ゲーム批評」は、ちょうちん記事を掲載しないという方針で 7 年間やってきました。もちろんこんな編集方針なので、編集部では「ゲームメーカーさんからは広告をもらえないだろう」と考えていました。今でもこの雑誌の存在を快く思ってくださらないメーカーさんも、少なからず存在しています。
　しかし、私たちゲーム批評編集部は、ゲーム批評に広告の出せる「心意気ある」ゲームメーカーさんを募集しております。
　御社の商品を決して（無理に）ホメない変わったゲーム誌ですが、その点を理解していただいたうえで「広告を出そう！」という、勇気のあるゲームメーカーさんをお待ちしております。

(株)マイクロハウス　レップ営業部
TEL:03-3555-1206／FAX:03-3297-0180　担当者：五十嵐

隔月刊 ゲーム批評

定期購読のご案内

『ゲーム批評』のご購入にはご自宅直送方式の年間定期購読がオススメ！
確実、スピーディーな定期購読をぜひご利用下さいませ。

『ゲーム批評』　隔月刊・偶数月3日・年6回発行
一年間の定期購読価格 → 定価780円（税込）×6回＝4,680円

【お申し込み方法】

手続は簡単です。巻頭に綴じこんである「郵便振替用紙」（払込取扱票）に下記の必要事項を記入し、郵便局窓口に必要金額と共にお申込頂くだけです。振込手数料・送料は弊社にて負担させていただきます。

【ご注意】

・定期購読をお申し込みされる場合、発売日20日前までにお申し込み下さい。締めきり以降のお申し込みに関しては、その次の号からのお取り扱いになります。
例：次号9月号からお申し込みされる場合は、7月17日（水）までにお申し込み下さい。
・本誌巻頭の振替用紙以外でのご入金（郵便小為替、切手、青色の振替用紙でのご入金など）は受け付けかねますのでご了承下さい。
・ご依頼人住所・氏名・電話番号は必ずご記入下さい。特に電話番号がない場合、事故の対処にお時間がかかる場合がございます。
・定期購読期間中の途中返金については、受け付けかねますのでご了承下さい（刊行ペースの変更・価格変更・休刊の際は、別途ご連絡させていただきます）。
・住所を変更された場合は、お手数ですが下記連絡先までご連絡下さい。

1. 巻頭にある「払込取扱票・払込金受領証」を本誌より切り取ります。この時に、「払込取扱票」と書いてある所と、「払込金受領証」の間は決して切り取らないようご注意下さい。
2. 新たにお申し込みされる方は、誌名横の「新規 / 継続」のうち「新規」に丸をつけて下さい。
3. 通信欄の「購読期間」に何年・何月号からかをご記入下さい。購読期間は1年のみです。
4. ご依頼人の郵便番号・住所・氏名・E-mailアドレス・電話番号を払込取扱票にご記入下さい。
5. 右側の払込金受領証の「ご依頼人」の欄に氏名をご記入下さい。
6. すべての記入が終了しましたら、お近くの郵便局窓口に金額を添えて提出して下さい。

通常は発売日から遅くとも3日以内には届きます。もし届かない場合は、事故の可能性がありますので、お手数ですが下記お問い合わせ先までご連絡下さい。

お問い合わせ先

〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル
株式会社マイクロマガジン社　販売営業部
TEL.03-3206-1641　FAX.03-3551-1208
（お電話でのお問い合わせは、土日・祝日を除く平日AM 9:30〜12:00、PM1:00〜6:00までとさせていただきます）
E-mail: hanbai@microgroup.co.jp（件名は「定期購読」とご記入下さい）

ここ2号くらいの龍子オネーさんは〝はいてない〟と思うんですけどどうでしょう？ いや……妄想はこれくらいにしといて、Xboxですが、ダメですねぇ。ソフトもつまんないわけじゃないのに、他の部分で失敗してるとしか思えません。他の部分っていうのは第一特集を読んでいただいて察してください。言葉に御幣があるかも知れませんが、「セガの魂」を受け継いだハードだと考えていた人たちも結構いたはずなのに……。〝負け戦が好きなユーザー〟でも、今回の負け方には納得いかないんじゃないんでしょうか？

さて、いよいよワールドカップ開催ということで、巷にはサッカーゲームが溢れております。『サカつく2002』や『バーチャストライカー3』などいい作品が目白押しですが、やっぱり『ウイニングイレブン6』は外せないでしょう。今回もばっちりサッカーファンのつぼをついてくれてます。特に、プレイヤーの好みがもろにでるマスターリーグチーム同士の対決はもうなんていっていいのやらってくらいに燃えます!! ちなみに私のチームは、フリッツ、ライカーウト、ファンバスチンのオランダトリオにクワイフを加えた夢のオランダチーム。勝つにしろ負けるにしろ、空飛ぶオランダ人の偉大さを痛感しております。　（小川）

行き帰りの電車では宮部みゆきさんの小説「模倣犯」を読んでおります。内容的にかなりボリュームがあり、出版社に勤務していながら読書スピードが遅いので、まだ上巻を読み終えてないのですが、なかなかイイ感じです。「模倣犯」に限ったことではありませんが、複数の登場人物それぞれの視点から一つの事件を丁寧に描く宮部さんの力量にはただただ感服させられます。いったいどのような段階を踏んでご自身の頭の中で物語が構築されているのでしょうか。

その宮部さんが「週刊現代」誌上で今号でも扱った『ICO』を小説化されています。ゲーマーとしても知られる宮部さんですので、その展開が気になるところです。個人的にはこの機会に宮部さんにゲームの話、物語の話について一度じっくり聞かせていただきたいなと思っているのですが、実現するかな……。

で、話はまったく変わりますが、今号の制作中、仕事の合間に「桂枝雀落語大全」のDVDを編集部小川とともに見、2人して爆笑しました。枝雀さんの落語は「動き」の落語ですから、やはり映像で見るべきであり、このDVDを企画した人には個人的に感謝状を送りたい気持ちでいっぱいです。もしここを読んでいたらすみませんが取りに来てください。わがままでごめんなさい。　（土井）

隔月刊 ゲーム批評 7月号

ゲーム批評Vol.45
第9巻第7号通巻70号
2002年7月1日発行
定価780円（税込）

STAFF
発行人　武内静夫
編集人　小泉俊昭
編集部　小川哲弥
土井大輔
販売営業　長谷川安次
河合秀晃
広告営業　五十嵐健一
デザイン　株式会社エストール
印刷　図書印刷株式会社

(株)マイクロマガジン社
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7
ヨドコウビル
編集部　TEL.03-3551-9563
FAX.03-3551-9384
販売部　TEL.03-3206-1641
FAX.03-3551-1208
広告部　(株)マイクロハウス　レップ営業部
TEL.03-3555-1206
FAX.03-3297-0180

隔月刊

ゲーム批評

9

September

第1特集

夢破れしファイナルファンタジーXI(仮)

5月16日
気作品
XI』に
詳しくし

第

ホラー

夏にはもっ
ームはゲー
から検証を

ソフ

『ユーディ
『ドラマテ

次回「隔

◆今

ゲーム批
ていただく
りませんが
は歓迎いた
る方、専門
します。
ゲームの
雑誌等に採
「ライター大
採用の場
カ月が経過

面白かった記事を目次の番号で記入して下さい(複数可・最も面白かったものを○で囲んでください)。

つまらなかった記事を目次の番号で記入して下さい(複数可・最もつまらなかったものを○で囲んでください)。

この本を購入した理由(○をつけてください)
・毎号買っている　・書店で見て　・ネットで見て　・その他(　　　　　　　)

『FFXI』を購入しましたか?
『FFXI』に問題点があったとすればどこですか?

もしゲーム批評にゲーム業界関連の広告が入るとすれば、どのメーカーがいいですか

本書に対するご希望や気づいた点など、何でもけっこうですのでお書きください。

アンケートにお答えくださった方の中から抽選で30名の方に、
プレゼントを差し上げます。

隔月刊 ゲーム批評
7月号

ゲーム批評Vol.45
第9巻第7号通巻70号
2002年7月1日発行
定価780円(税込)

STAFF
発行人 武内静夫
編集人 小泉俊昭
編集部 小川哲弥
土井大輔
販売営業 長谷川安次

EDITOR'S ROOM

ここ2号くらいの龍子オネーさんは〝はいてない〟と思うんですけどどうでしょう？

いや……妄想はこれくらいにしといて、Xboxですが、ダメですねぇ。ソフトもつまんないわけじゃないのに、他の部分で失敗しか思えません。他の部分っていうの集を読んでいただいて察してください御幣があるかも知れませんが、「セガ受け継いだハードだと考えていた人たいたはずなのに……。〝負け戦が好き

ー〟でも、今回の負け方には納得いか
ゃないんでしょうか？

さて、いよいよワールドカップ開催
とで、巷にはサッカーゲームが溢れてお
『サカつく2002』や『バーチャス
ー3』などいい作品が目白押しですが
り『ウイニングイレブン6』は外せな
う。今回もばっちりサッカーファンの

いてくれてます。特に、プレイヤーの好みがもろにでるマスターリーグチーム同士の対決はもうなんていっていいのやらってくらいに燃えます!! ちなみに私のチームは、フリッツ、ライ

ご自身の頭の中で物語が構築されているのでしょうか。

その宮部さんが「週刊現代」誌上で今号でも扱った『ICO』を小説化されています。ゲー

POST CARD

50円切手をお貼り下さい

1040041

東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
(株)マイクロマガジン社
隔月刊 ゲーム批評 編集部 Vol.45アンケート係行

フリガナ 氏名	P.N.		
	職業	年齢 歳	性別 男・女
〒 住所			
e-mail			
本誌以外でよく読む雑誌名（複数可・以下同）			
最近面白かったゲームソフト名			
買いたいと思うゲームソフト名			
ソフト批評で取り上げてほしいタイトルは何ですか? また、執筆して欲しいライターは誰ですか?			
ゲーム以外で興味のあることは何ですか？			

隔月刊 ゲーム批評

9

September

第1特集

夢破れしファイナルファンタジーXI（仮）

5月16日についに発売された『ファイナルファンタジーXI』。大人気作品『FF』のネットワーク化にPS2は対応できるのか？　『FF XI』によるコンシューマゲームのネットワーク化の禊ぎの経過を詳しくレポート。失敗の原因はココだ!!

第2特集

ホラーゲームって本当に怖いの??（仮）

夏にはもってこいの「ホラーゲーム」。ゾンビが出てこようと、幽霊がでてこようと。ゲームはゲーム。プレイヤーは本当に怖がっているのか？　医学的・科学的あらゆる角度から検証をもとに、「ホラーゲーム」の“怖さ”に迫ります!!

ソフト批評

『ユーディのアトリエ』『続せがれいじり』『ポポロクロイス〜はじまりの冒険〜』『剣豪2』『ドラマティックサッカーゲーム日本代表選手になろう！』『ビストロ・きゅーぴっと』ほか

次回「隔月刊ゲーム批評9月号」は2002年8月2日発売!!

予告内容は都合により変更になる場合がございます。

◆今日もライター大募集!!!!!!!!!!!!!!!!!

ゲーム批評編集部では誌面の充実のため、原稿を書いていただくライターを募集いたします。特に制限などありませんが、東京近郊にお住まいで編集部に来られる方は歓迎いたします。ライター・編集などの実務経験のある方、専門知識に優れた方、フリーの方は特に歓迎いたします。

ゲームの批評原稿（タイトル・形式は自由）、もしくは雑誌等に採用された原稿と、履歴書をゲーム批評編集部「ライター大募集係」にお送り下さい。

採用の場合は編集部からご連絡いたします。応募から2カ月が経過しても連絡がない場合は不採用とご了承下さい。また、応募いただいた書類等は返却することが出来ませんのでご注意下さい。

「今のゲーム批評は面白くないんだよ！　オレが面白い雑誌に変えてやるぜ！」という熱い魂と情熱を持った方のご応募、お待ちしております。

一緒にゲーム批評を面白い雑誌にしていきましょう！

応募先
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル
（株）マイクロマガジン社　ゲーム批評編集部
「ライター大募集係」（担当：小川）

平成14年7月1日発行第9巻第7号通巻70号 発行人・武内静夫 編集人・小泉俊昭 発行所・㈱マイクロマガジン社 〒104-0041東京都中央区新富1-3-7 TEL03-3206-1641(販売) FAX03-3551-1208

雑誌03679-7　T1103679070783

定価：780円 本体743円